

BALIO PROPOSAMENA

Enpresaren balio nagusiari dagokionez, produktoraren 3 ezaugarri garrantzitsu nabarmendu nahi ditugu:

Produktuaren originaltasuna eta nobedadea; gure produktuak, bideoak, ezberdinak eta formatu berezikoak izango dira nahiz eta gaia nahiko ezaguna izan (zerbitzu publiko ezberdinen egunerokotasunaren funtsa). Bideoan fidagarritasuna bermatu nahi dugu eta horretarako ez dugu gidoirik idatziko, ezta planifikatuko zer gertatuko den grabatzen gauden bitartean. Izan ere, grabaketa pertsona edo talde baten inguruan aurrez planifikatuko dugu baina ez gara beraien egunerokotasunean inplikatu. Horrez gain, goi-karguei elkarrizketak ere egingo dizkiogu, azkenean helburua informazioa ematea delako eta horrela azken emaitza osatuko duelako.



Aurrekoarekin lotuta, enpresaren markak balio inplizitu bat edukiko du, bideoen fidagarritasunari esker marka honek balio erantsia emango dio enpresari eta publizitatea egingo dio aldi berean. Geroago, enpresa gehiago hazten denean, markak bere seilu propioa edukiko du eta produktu bat bezala salduko da. Fidagarritasun egiaztapen marka bat bihurtuko da, kalitatea eta transparentzia bermatuko duena.

Bukatzeko, ikus-entzunezko ikuspuntutik aztertuta, produktuaren diseinua freskagarria izango da, normalean erabiltzen diren elementuak erabiltzen baditugu ere. Formatu inmersibo bat sortuko dugu, ikusleak han egongo balira bezala sentiarazteko helburuarekin. Hainbat kamerekin grabatuta, plano aldaketa azkarrak eta estetika orokor batez bilatuz. Aldi berean, kompetentziarengandik desberdinduko gara, publiko fidela lortuko dugun heinean.

MERKATU SEGMENTUA

(BEZEROAK)

Gure bideoen edukia informatiboa da, eta gure gizartean eta zerbitzu publikoetan dauden egoerak ikusteko aukera emango digu, hala nola, polizia, mediku, suhiltzaileen benetako egoerak.... Izan ere, uste dugu egoera horiek ezagutzen ditugula baina gure bideoetan gehiago ikertuko ditugu. Gure bezeroak ikusleak izango dira, ikusleak edozein motatakoak izan daitezke, baina gehien bat gazteengan zentratuko gara, haiek baitira tematika honetako programak gehien kontsumitzen dituztenak.

Horrek ez du esan nahi bideoak beste adin taldeek ikusi ezin dituztenik; edukia, dinamikoa eta entretenigarria izanik, denek goza dezakete.

Gure produktua non emititzen den ere kontutan hartu beharko dugu, ez baitira Netflix-en, YouTube-n edo telebistan agertuko diren bideoak. Horrek gure edukia ikusten duten pertsonen adin tartea ere desberdina izatea eragin dezake.

Netflix eta bideo plataformak: Plataforma hauetan askoz ere eskuragarriagoa da gazteetatik hasi eta helduetaraino eduki hori kontsumitzea.

Youtube: YouTubeko ikuslegoriari dagokionez ikuslego gazteagoa izan ohi da euskarri hauek erabiltzen dituztenak; eta sormenari dagokionez, egileak guztiz libreak izaten ohi dira nahi duten edukia sortzeko.

Telebista: Telebistaren kasuan, audientzia tartea nahiko anitza izaten da baina audientzia gaztea oso murrizta denez, telebista formatura egokitu beharko litzaeteke. Eta horrekeragin dezake gure produktuari originaltasuna kentzea.



BEZEROEKIKO HARREMANAK

Gidoi-gabe enpresa bideoen sorkuntzan oinarritzen da, eta bideo horiek interesgarriak izan beharko lirateke gure bezeroentzat. Beraz, beraien iritzia gurekin partekatzea nahiko genuke, eta era berean gure produktua zertan aldatu nahi duten azaltzea.

Horretarako, foro bat sortuko dugu gure webgunean edota online plataforma bateko foroa erabiliko dugu bezeroek beraien arteko eztabaidak, iritzia, eta ideiak garatzeko gero guk erabiltzeko.

Bestalde, partikularra izan ezik, online plataformek ere bezerotzat hartuko ditugu eta beraiekin harremantzeko komertzial baten bidez egingo dugu, harreman zuzenaren bitartez.

Horrela, gure produktua beharizan errealetara egokituko da, bezeroek kontsumitzen dutena eta online plataformek nahi dutena erlazionatuz.

ELKARTEAK

Elkarteez hitz egiterakoan bi atal banatu behar dira.

Lehenengo, boston arteko elkarteaz osatzen da produktora, bakoitzak bere denbora, esfortzua eta ezagutzak jarriko ditu proiektu ezberdinak aurrera eramanez ahal izateko. Gehiago sakonduta:

- Héctorrek ezagutza informatikoak eta balantzeak egiteko gaitasuna aportatuko ditu.
- Ianek errealizazioaren ezagutzak eta esperientzia aportatuko du, bere trebetasuna aprobetxatuz.
- Ikerrek post-produkzioko aldea egingo du, soinua, kolorea, muntaia...
- Jonathanek alde artistikoa egingo du, gidoiak, tonua, erabaki artistikoak orokorrean.
- Anerrek plangintzako aldea eramango du, grabaketen kudeaketa, materialaren jarraipena, "papeleoa".

Bigarren, beste enprekin izan ahal ditugun elkarteak datoz. Hainbat aukera azaltzen dira hemen; Streamingeko plataforma batekin sinatzea eta gure produktuei irtenbide seguru bat ematea, horrela plataformakoek edukiak bermatuko lituzkete; eta ekipoa ekoizten duen enpresa batekin elkartzea, Sony esate baterako, bere produktuak promozionatzeko eta gu produktora moduan ekipoa onetz baliatzeko gure proiektuak kalitate onenarekin aurrera eramateko .

KOSTU EGITURA

Gure enpresan, kostuen egitura enpresaren funtzionamenduaren funtsezko osagaia da, eta zuzeneko eragina du gure eragiketetan eta erabaki estrategikoak hartzeko momentuan. Kostu horiek modu eraginkorren ulertzea eta kudeatzea funtsezkoa da edozein finantza-bideragarritasunari eta hazkunde jasangarriari eusteko.

Gure kostuen egitura hainbat kategoriatan banatzen da, eta kostu finkoak eta aldakorrak funtsezko bi elementu dira. Hau ikusteko, kostuetan finkaktuko gara.

KOSTUAK

Enpresa arloan, kostuak zati garrantzitsuenetariko bat dira, eta beste enpresaren arlo asko moduan, hainbat mota daude, denbora, tamaina, funtzioa... ren arabera

-
- Kostu finkoak.
 - Kostu aldagarriak
 - Eskala-ekonomiak (deskontuak, ekoizpen handiagoagatik).
 - Hedapen-ekonomiak (baliabide berak produktu bat baino gehiago ekoizteko).
-

Kostuak

• Kostu finkoak:

Gure kostu finkoak, materialak izango litzateke, lehen gauza erosi behar dituguna, kamerak, mikroak, ordenagailuak, memoria txartelak izango litzateke, gure ekimenarekin erlazio handia bai duelako.

• Kostu aldakorrak:

Gure kostu aldakorrak bezeroen eta produkzioaren arabera aldatuko lirateke, ez da berdina minutu erdiko spot bat eta 20 minutuko erreportaia bat, eta era berean ez da berdina enpresa txiki bateri bideo bat egitea zein gobernuari egitea, eta berdina ez denean momentutik, gure prezioak aldatu ahalko ziren.

• Eskala-ekonomia (deskontuak, ekoizpen handiago baten ondorio):

Produktzio handiago baten ondorioz(kantitateari arreta jartzen baldin badiogu), soldata finko minimoak bermatuta egongo lirateke; horrela izanda, bezero gehiago erakartzeko modu, promozioak, beherapenak edota bestelako deskontuak egin ahalko genituzke (black friday, 2 bideo enkargatuta hirugarrena merkeagoa)

• Hedapen-ekonomiak (baliabide berak produktu bat baino gehiago ekoizteko):

Gure enpresa modu uniforme, iraunkor eta saneatu batean hezitzeko, estrategia erabilkor bat erabiltzea beharrezkoa da; gure kasuan, produktibitatea handitzeko helburuak betetzeko, gure lana dibertsifikatuta eta delegatuta egongo da taldekideen artean, modu honetan, bakoitzak bideo bakoitzaren prozesuaren zati diferentziatu baten arduradun maximoa izango da, modu honetan bideo bat sortzeko denbora asko laburtuko da, momentu berean bideo askoren zati guztietan lan egingo ahal dugulako.

<u>FINKOAK</u>	<u>ALDAKORRAK</u>
<u>Alokairua: 1500€/hilabete</u>	<u>Bezeroak:100€/bezero/hilabete</u>
<u>Soldata finkoak: 1000€/pertsone/hilabete</u>	<u>Argindarra:40€+-20€</u>
<u>Lizentziak: 100€</u>	<u>Transportea:120€+-60€</u>
<u>Argindarra:20€</u>	
<u>Furgoneta alokairua:1500€/hilabete</u>	

Jarduerak:

Gure enpresan egiten dugun lan nagusia bideoak grabatzea eta postproduzitzea da, ondoren ikusten dugun plataformari saltzeko.

HAUEK DIRA EGIN BEHARREKO JARDUERAK:

- Produktua planifikatzea, hemen grabatuko dugun materiala planifikatuko dugu eta azken produktua diseinatu. Filmaketa planak, gidoi teknikoak eta bideoen enfokea. Pauso hau nahiz eta lehenengoa izan bideoaren ekoizpenaren prozesuan zehar jarraituko dugu egiten, batzuetan aldatu ahal daiteke eta.
- Materiala grabatzea, jarduera honetan kamarak eta ekipoak hartuz grabatzen ditugu materiala.
- Materiala sailkatzea, grabatutako materiala egunetan sailkatzen da, hurrengo jarduerak errazago egiteko.
- Materiala muntatzea, grabatutako materiala muntatzen da.
- Bideoak osorik ekoiztea, behin montatuta bideoen kolorea eta soinua ikutzen da azken erretokeak emateko.
- Bideoa saltzea, produktua ekoiztu eta gero, bezeroengana joango gara saltzera.

Gure orde zerbait egin dezaketen kanpoko enpresei dagokienez, ez dugu uste inongo enpresak guretzat lan gehigarririk egin behar duenik.

FUNTSEZKO BALIABIDEAK

- **Baliabide Fisikoak**

Erabiliko diugun materiala bai grabaketa orduko eta post-produkzioarako: Kamarak, euskarriak, argiak, ordenagailuak, lokala edo laneko tokia, garraioa (kotxea, furgoneta).

- **Baliabide Intelektualak eta Giza Baliabideak**

Hectorrek informatikako ezagutzak, lan-eren grabaketarako ezagutzak, Jonathan-eren sormena, Iker-en post-produkzioarako ezagutzak eta Anerren plagintzarako ahalmena.

- **Finantza Baliabideak**

Integrante guztien aurrezkiak erabiliko ditugu eta gainera, aurrekontuak eskatzeko produkzio planak egingo ditugu.

IRABAZI ITURRIAK

Daukagun negozio ideia, zerbitzu publikoei ikusgarritasun handiagoa emateko enpresa bat dela kontuan hartuta, gure irabazi iturria plataformari gure produktuak saltzerakoan irabaziko genukeen dirua izango litzateke.

Telebista plataforma bati saltzeko kasuetan, lortuko dugun dirua sortuko litzatekeen audientziatik eta programaren zatien artean jarriko litzatekeen iragarkitik izango da, egunaren amaieran guk daukagun audientziatik kalkulatuta. Edota iragarki horiei ezker saltzen duten produktu kopuruaren portzentai bat eskatu ahalko genuke.

Plataforma bati saltzeko kasuan, plataformari saltzen diogun atal bakoitzeko kobratuko genioke.

Azken kasua, plataforma digital batera igotzea izango litzateke, kasu honetan YouTube-n, jarriko liratekeen iragarkiengatik eta izango genituzkeen babesleengatik irabaziko dugu dirua, sortzen ari den zerbait izanik zaila izango litzatekeena.

Gure Produzio Audiobisualen

Enpresa-Kanalak Ezagutzen:

Produzio audiobisualen mundu aldakorrean, ikus-entzunezko edukiaren kalitatearekin batera, harremanak sortzea beharrezkoa da. Gure enpresan, ikus-entzunezko narratiba pantailaren barruan ikusiko dena baina garrantzitsuagoa; izugarritzko istorioak bizi dutenekin harremana sortzea da helburua. Horretarako, hainbat kanal erabiliko ditugu.

1. Streaming Plataformak:

Gure proiektuak streaming plataformetan lekua izango du, gure produkzioetan atzera begiratzea modu orokor baten eskaintzen baita. Drama hipnotikoetatik dokumental xarmagarrietara eta plataformak mundu osoan zehar duen publiko anitzera hurbiltzea ahalbidetzen digute.

2. Sare Sozialak:

Sare sozialak gure interakzio eremu interaktiboa dira, kamera atzealdeko irudiak, aurrerapenak eta gure komunitatearekin solasean parte hartzeko tokiak. Facebook, Instagram, Twitter, TikTok (...) eta beste hainbaten bidez, plataformen birtualizazioa gure produkzio eta estrategiaren zati bat bihurtzen dute, komunitate aktibo eta pasiodun batekin harremanetan jartzen gaituztenak.

3. YouTube Kanala:

Gure YouTube kanala ez da inondik inora bideoen bilduma bakarra; ideiak, produkzio-teknikak eta eduki bereziak aztertzen ditugun tokiak da. Edukiak arlo pedagogikoetatik gure talentudun taldearekin egindako elkarriketetararte doazte, era berean ikus-entzunezkoan gogokoak diren hainbat elementu aurkeztuz.

4. Webgunea:

Gure webgunea gure online presentziaren egonleku nagusia da. Hemen, ikus-entzunezko proiektuen karpetak, taldeen perfilak eta gure ikuspegi sormenaren oina aurkitu ditzakezu. Gainera, esperientzia hurbila eskaintzen dugu gure *blog*ean, bisitatzailerei gure azkenengo proiektuen berri izateko aukera emanez.

5. Telebista Kanala:

Gure mundu birtualeko zati handiena gure telebista kanal propioak beteko du. Hemen gure produkzioen zoragarritasuna eta maila sinematikoa gailenduko da. Gure ikus-entzunezko arloak, programak eta irudiak eskuratzeko aukera ematen diegu

ikusleei, hainbat kategoria eta estilotan sailkatuta. Telebista-kanalak gure ikuspegi kreatiboaren erronkari erantzuna egiten dio, zuzeneko emisioak, dokumentalak eta hainbat ikusentzunezko esperientzia eskainiz.

6. Lankidetzak eta ekitaldiak:

Inoiz ere ez diogu bakarkako elkarrizketen indarrari garrantzia kenduko. Industria ekitaldietan, jaialdietan eta beste sormen-iturrietan parte hartzen jarraituko dugu. Ekintza horiek gure sarean haratago hedatzeko aukera ematen gaituzte, baita ikuspegi eta ikusentzunean alde berriak eta perspektibak esploratzeko aukera ematen digute ere .

Laburpen moduan, gure kanaletako batzuk banaketa puntuak ez badira ere, gure identitate sormena berritzeko erabiliko ditugun estentsioak dira. Streaming pantailatik gure sare sozialera arte, gure helburu kreatiboa handitzen eta osatzen laguntzen dute plataforma guztiak. Kanal hauekin, ez baitugu soilik entretenitzea espero, baizik eta ondorengo berritzaile/egile berriei ere inspiratzea eta ikuspegi guztiak berritzeko erronka bidaltzen diegu. Ongi etorri gure ikus-entzunezko sormen unibertsoa!