## **Filmi levistrateegia ja turundusplaan**

1. FILMI ÜLDANDMED

| **Täitmise kuupäev** |  |
| --- | --- |
| Filmi pealkiri  |  |
| Filmi ingliskeelne pealkiri |  |
| Filmi liik |  |
| Pikkus |  |
| Keel |  |
| Tootmisettevõte | BFM |
| Produtsent |  |
| Stsenarist |  |
| Režissöör |  |
| Peaosatäitjad |  |
| Tootmise eelarve |  |
| Stipendiumid, toetused |  |
| Muu rahastus |  |

2. LEVIPOTENTSIAALI ANALÜÜS

**FILMI POSITSIONEERIMINE**

| Turundamisel kasutatav *tagline:* |
| --- |
| Turundamisel kasutatav lühisünopsis: |
| Filmi turundamisel kasutatava üldise kuvandi ja teema iseloomustus: |
| Võrreldavad filmid (kodumaised ja välismaised, mis on sarnased filmi sisult) |
| Kodumaised võrdlusfilmid (pealkirja, aasta, vaatajate arvu, linastuskuupäeva mõttes): |
| Režissööri eelmised filmid (pealkiri, aasta, vaatajate arv): |

**SIHTRÜHM**

| Peamine sihtrühm |  |
| --- | --- |
| Milliseid filme on nad (peamine sihtrühm) enne näinud? |  |
| Teisene sihtrühm |  |
| Milliseid filme on nad (teisene sihtrühm) enne näinud? |  |
| Subgrupid |  |

**Millised on esimesed tunded filmile mõeldes:**

| **POSITIIVSED** | **NEGATIIVSED** |
| --- | --- |
|  |  |

**Kuidas publik võiks filmi hinnata?**

| **Reiting** | **NAISED** | **MEHED** |
| --- | --- | --- |
| Suurepärane |  |  |
| Väga hea |  |  |
| Hea |  |  |
| Käib kah |  |  |
| Jama |  |  |

**Publiku ootused**

| Millised on publiku ootused selle filmi suhtes? |  |
| --- | --- |
| Millised me tahaksime, et oleksid publiku ootused filmi suhtes? |  |
| Kuidas seda saavutada? |  |

| SWOT (tugevused, nõrkused, võimalused, ohud):Tugevused:Nõrkused:Võimalused:Ohud: |
| --- |
| SWOT-i analüüs. Kuidas ja milliste tegevustega SWOT-i tulemust suunatakse? |

3. TEGEVUSED STRATEEGIA TÄIDEVIIMISEKS

**VISUAALNE KUVAND JA MATERJALID**

| Plakatid, *teaser*/treiler/klipid, digitaalne meedia, reklaamid, üldise kuvandi näited (vabas vormis) |
| --- |

**TURUNDUSTEGEVUSTE KIRJELDUS**

| Turunduse põhitegevused tootmise ja levi perioodil (eesmärgid, tegevused, üldine kuvand ja teemad, kommunikatsioonistrateegia jne)  |
| --- |

**KOMMUNIKATSIOON**

| Võtete eelne kommunikatsioon (tegevused, sündmused) |
| --- |
| Võtete aegne kommunikatsioon (tegevused, sündmused) |

**PARTNERID**

| Turunduse koostööpartnerid  |
| --- |
| Koostöövormid ja kuidas neid kasutatakse filmi turunduses? |

**KÄTTESAADAVUS**

| Millised subtiitrid on filmile planeeritud?  |
| --- |
| Kas filmile tehakse vaegkuuljate subtiitrid ja vaegnägijate kirjeldustõlge? |
| Kas filmile luuakse *making-of* raamat/brošüür/ materjalid? Kui jah, siis kuidas neid kasutatakse filmi turundamisel? |

**FESTIVALISTRATEEGIA JA AJAKAVA**

| Festivalide loend, kuhu film on planeeritud/pakutud/valitud: ***Best of BFM*** |
| --- |

Kasutatud allikad: [Eesti Filmi Instituut](https://www.filmi.ee/)