

SZTUKA PITCHINGU

Grupa docelowa: Przedstawiciele branży filmowej – reżyserzy, producenci, scenarzyści; studenci szkół filmowych; profesjonalści związani z promocją filmów i marketingiem

.....

Pitching – prezentowanie swojego pomysłu w krótkiej, zwięzłej i atrakcyjnej formie jest trudną sztuką, zwłaszcza w przypadku osób emocjonalnie zaangażowanych w swoje projekty, które chciałby podzielić się jak największą ilością szczegółów i przemyśleń. Warto jednak poznać jego tajniki, jako że pitching jest zjawiskiem niezwykle rozpowszechnionym – pitchuje się nie tylko pomysły na filmy, ale też scenariusze, programy telewizyjne i gry komputerowe.

I. Definicja i rodzaje pitchingu

Istnieją różne rodzaje pitchingu:

- tease pitch – zwany także „elewator pitch”, trwa kilka sekund, jest ekstremalnie zwięzłą formą zachęcenia do projektu
- tradycyjny pitch – do 10 minut, w ramach umówionego spotkania

II. Reguły pitchingu

Pitching jest czynnością ogromnie elastyczną – właściwie za każdym razem musi być na nowo dostosowywany do aktualnych warunków, a przede wszystkim do osoby odbiorcy. Jednak kilka elementów jest w nim stałych i niezmiennych, można więc przekształcić je w zestaw praktycznych rad dotyczących pitchingu:

- Znaj swój projekt! By odpowiednio zaprezentować swój pomysł, trzeba znać go właściwie na wylot.
- Przygotuj się na pytania! Po prezentacji pomysłu nadchodzi czas na pytania od odbiorcy. Najczęściej spotykane pytania dotyczą osoby reżysera oraz obsady – warto więc przygotować sobie listę osób, które mogłyby podjąć się realizacji i uczestnictwa w takim projekcie. Oprócz tego zdarzają się także pytania o budżet, plan zdjęciowy, i lokalacje.

Material wideo: Posłuchaj jak o możliwych pytaniach po pitchingu opowiada Susan Stover. [SZTUKA PITCHINGU (00:00-01:49)]

- Sprzedaj reżysera! Jeśli masz już wybraną osobę reżysera, a jest to np. młody człowiek bez większego doświadczenia, musisz przekonać do niego swojego odbiorcę. Opowiedz o jego wykształceniu, wyróżniających cechach charakteru. Dlaczego to właśnie jemu powinno się zaufać i powierzyć ten projekt? Co wskazuje na jego potencjalny sukces? Dlaczego jest wyjątkowy?

Materiał wideo: Posłuchaj jak o promowaniu młodych reżyserów opowiada Susan Stover.

[SZTUKA PITCHINGU (01:49-04:05)]

- Nie zdradzaj wszystkiego! Pitching nie ma być werbalną wersją scenariusza. Musi być krótki, zwięzły, ciekawy i zachęcać do przeczytania całego scenariusza. Należy zaprezentować ogólny zarys fabuły i nie opowiadać o wątkach i postaciach pobocznych.
- Uważaj na porównania! Łatwym sposobem na opowiedzenie o swoim pomysle jest porównanie go do już istniejących filmów. Trzeba jednak uważać na takie strategie i ich nie nadużywać, bowiem mogą one sugerować wtórność i nieoryginalność całej historii. Porównania można zastosować np. w kwestii wizualnego stylu filmu.

Materiał wideo: Posłuchaj jak o ilości informacji zawartej w pitchu opowiada Susan Stover [SZTUKA PITCHINGU (04:05-06:33)].

- Miej pomysł na obsadę! Wątpliwość dotycząca zamieszczenia kwestii obsadowej w pitchu jest obecna od zawsze i przyjęła już formę dylematu „jajko czy kura”. Nie wiadomo bowiem czy najpierw przygotować proponowaną obsadę i iść do inwestorów czy może odwrotnie. Warto jednak mieć ze sobą pomysły odnośnie aktorów, które w razie potrzeby można zaprezentować odbiorcy.

Materiał wideo: Posłuchaj jak o zawieraniu informacji o obsadzie w pitchu wypowiada się Susan Stover. [SZTUKA PITCHINGU (06:33-12:12)]

- Pitching w formie e-maila? Istnieje także zjawisko pitchingu w formie e-maili. Można także w ten sposób prezentować swoje pomysły, jednak należy pamiętać by tego rodzaju wiadomości były spersonalizowane i sprofilowane pod osobę odbiorcy. E-mail z pitchem powinien zawierać krótkie streszczenie i nie być dłuższy niż kilka akapitów.

Materiał wideo: Posłuchaj jak o kwestii pitchów w formie wiadomości mailowej wypowiada się Susan Stover. [SZTUKA PITCHINGU (12:12-17:59)]

- Wiedz, ile to kosztuje! Przy pitchingu warto znać już szacowany budżet swojej produkcji.
- Znaj swoje granice! Budżet najlepiej określić widełkami – ważne, by mieć ustaloną najniższą kwotę, poniżej której nie możemy zejść, bo realizacja projekty byłaby wtedy nie możliwa. Jednak nie należy się zniechęcać i być otwartym na kompromisy.

Materiał wideo: Posłuchaj jak o kwestii kompromisów wypowiada się Susan Stover. [SZTUKA PITCHINGU (17:59-22:29)]

III. Case study: pitching producent filmu – inwestor (np. studio filmowe)

Kaja Łuczyńska

Materiał wideo: Jak sprzedać pomysł na nietuzinkowe, autorskie, amerykańskie kino niezależne? Posłuchaj jak Susan Stover opowiada jak sama pitchowała film „Witaj w domu dla lalek” Todda Solondza. Zwróć uwagę w jaki sposób zachwalała reżysera filmu, wówczas jeszcze nieznanego powszechnie. [SZTUKA PITCHINGU (22:29–32:51)]