

Spørgeguide web-tv

Strategi og organisation:

- Hvorfor laver I video/web-tv?
- Hvad kan video, som jeres anden kommunikation ikke kan?
- Hvilke perspektiver ser I for brug af video / web-tv i fremtiden?
- Hvordan spiller video kommunikation / web-tv sammen med den øvrige kommunikation?
- Hvordan er video/web-tv forankret i virksomheden?
- Hvem er producerer - har med video/ web-tv at gøre (journalister, kommunikationsfolk mv.) Intern eller ekstern produktion?
- Volume, frekvens for web-tv / video ?
- Hvad er den typiske proces omkring et indslag?
- Hvordan og hvor opstår ideer? (decentralt/redaktioner)?
- Hvilke kompetencer er nødvendige for produktion af web-tv?

Indhold og kontekst

- Hvilket indhold fungerer godt I jeres kontekst?
- Hvilke typer indslag arbejder I med?
- Hvilke overvejelser har I gjort om form og indhold?
- Arbejder I med faste formater og genrer?
- Hvor tilgår man jeres video/web-tv på hjemmesiden? Samlet i kanaler eller spredt ud, indlejret i relevant indhold, sites?
- Hvordan opdeler/kategoriserer i jeres historier?
- Hvad er jeres overvejelser om kontekst omkring og afviklingsmiljø for videoer?

Brugerne:

- Hvem er jeres brugere, og hvad ved I om dem?
- Hvad er jeres forhold til brugerne?
- Hvad ved I, hvilken kontekst brugerne ser indholdet I?
- Ved I noget om hvordan brugerne reagerer på indholdet?
- Omfang af brug?

Distributionen:

- Hvordan arbejder I med markedsføring og alternative distributionsplatforme ift hjemmesiden? Youtube, Facebook mv.
- Hvor støder brugerne typisk på jeres indhold?
- Indgår mobiltelefonen som en distributionsplatform?

Peter Østergaard Sørensen,

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole, Januar 2014

