

BURGERI ȘI BERE

PODCAST PLAYBOOK

„LA O BERE...
cu burgeri și bere”

Ghid operațional complet

Concept • Aplicare • Filmare • Distribuție • Calendar lansare

Mai 2026 • Versiunea 1.0

Cuprins

1. Concept și viziune
2. Format tehnic și durate
3. Profilul invitatului ideal
4. Procesul de aplicare (video + formular)
5. Criterii de selecție „câștigători”
6. Pachetul invitatului (ce primește)
7. Ziua de filmare — flow operațional sâmbătă
8. Subiecte sensibile și red flags
9. Drepturi, consimțăminte și GDPR
10. Flow-ul de pre-publicare (48h)
11. Distribuție și content recycling
12. Naming-ul episoadelor
13. KPI-uri și ce măsurăm
14. Calendar lansare săptămâna 1-4
15. Anexa A — Întrebări formular aplicare
16. Anexa B — Spec video aplicare (de trimis aplicanților)
17. Anexa C — Checklist zi filmare

1. Concept și viziune

„La o bere... cu burgeri și bere” este un podcast brandat construit pe principiul opus podcasturilor românești dominante: nu invitați „mari”, nu autori, nu antreprenori cu pitch. Doar oameni normali, cu povești și opinii cu care orice bucureștean rezonază — exact publicul-țintă al restaurantului.

De ce funcționează

- Diferențiere reală în piață — peisajul românesc e saturat de podcasturi cu „invitați de notorietate”; nișa „oameni reali” e aproape liberă.
- Aliniere brand 1:1 — Burgeri și Bere e anti-fițe, accesibil, real. Podcastul oglindește exact tonul.
- Product placement organic — burgerul și berea sunt pe masă, în cadru, nu reclamă pusă forțat.
- Conținut infinit — 1h de podcast = 1 episod YouTube + 8-12 clipuri scurte pentru TikTok/Reels.
- Foot traffic implicit — filmările au loc la restaurant, atrag curioși, oamenii postează din locație.

Promisiunea către privitor

Tagline intern

„Oameni reali, povești adevărate, burgeri și bere reci. Așa cum stai cu prietenii vineri seara.”

Promisiunea către invitat

- Vii cu 3 prieteni, măncați burger, beți bere, vorbești o oră ca de obicei.
- Nu există moderator. Nu există presiune. Subiectele sunt ale voastre.
- Apariția pe canale cu zeci de mii de urmăritori, costul tău: zero.

2. Format tehnic și durate

Toate filmările respectă acest cadru tehnic fix. Orice abatere se discută înainte, nu pe parcurs.

Parametru	Specificație
Locație	Terasa Burgeri și Bere, Matei Voievod 90
Echipament	2× iPhone (cadru general + close-up rotativ), 4× lavalieră, lumini și stativ existente
Durată filmare	60–75 min brut (per grup)
Durată episod publicat	max 60 min (după editare)
Număr invitați / episod	4 (fix — fără excepții)
Moderator	Niciunul. Voice-over introductiv + grup conduce singur
Subiecte / episod	4 (propușe și aprobate înainte)
Cadență publicare	1 episod / săptămână
Zi filmare	Sâmbătă, 2 sloturi (3 în lunile de viteză)
Editare	CapCut, internă
Pre-publicare către invitați	48h înainte de lansare (informativ, fără drept de cenzură)

Structura unui episod (60 min finale)

Țimp	Segment	Conținut / regie
00:00–00:30	Voice-over intro (off-screen)	„Astăzi la masă cu noi: [nume]. Subiectele de seară: 1) X 2) Y 3) Z 4) W. Hai la o bere.”
00:30–01:30	B-roll pregătire	Turnatul berii, aducerea burgerilor, grupul așezându-se. Fără dialog.
01:30–15:00	Subiectul 1	Grupul îl deschide și-l duce singur. Cuts după energie.
15:00–30:00	Subiectul 2	Tranziție B-roll scurtă (5 sec) între subiecte.
30:00–45:00	Subiectul 3	Aici de obicei e cel mai aprins moment — energie crescută.
45:00–58:00	Subiectul 4	Subiectul „de închidere” — recomand cel mai personal / emoțional.
58:00–60:00	Outro	Voice-over: „A fost cu [nume]. Săptămâna viitoare la o bere cu...”

Regulă de aur pentru editare

Tăi liniștea peste 4 secunde. Tăi orice moment unde toți 4 vorbesc deodată mai mult de 8 secunde. Tăi orice „ăă” dacă durează peste 2 secunde. Restul rămâne — autenticitatea e capital, nu defect.

3. Profilul invitatului ideal

Nu „oricine”. Filtrul de la aplicare e cel mai important — un lot de aplicanți mediocri produce episoade mediocre. Profilul țintă:

DA — vrem

- Bucureșteni (preferabil sectoarele 2, 3 — proximitate restaurant)
- Grup de 4 prieteni existenți, nu străini puși împreună
- Vârstă 22-45 ani (publicul țintă al restaurantului)
- Oameni cu joburi „normale”: profesori, vânzători, IT-iști juniori, ospătari, șoferi, muncitori, asistenți medicali — diversitatea ocupațională face episoadele bogate
- Energie naturală: râd, gesticulează, se întrerup unii pe alții — vizibil în video-ul de aplicare
- Au o opinie clară pe subiectele propuse, nu „ne mai gândim”

NU — refuzăm

- Influenceri, content creators, fondatori de business care vor expunere — ei deja au platformă
- Oameni care vin singuri sau în 2 (nu e formatul)
- Grupuri formate ad-hoc pentru aplicare („ne-am cunoscut săptămâna trecută”)
- Aplicanți care vor să-și promoveze produs / serviciu / cauză — podcastul nu e platformă de promovare individuală
- Subiecte exclusiv tehnice / nișate care pierd 90% din audiență

Test rapid de profilare

Întrebare mentală pentru fiecare aplicație: „Aș rămâne la masa lor 1h să-i ascult dacă i-aș întâlni la o bere în Centrul Vechi?” Dacă răspunsul e nu, refuz. Dacă e da, intră pe lista scurtă.

4. Procesul de aplicare

Aplicarea se face exclusiv prin video, postat de aplicant și trimis printr-un formular Google Forms (vezi Anexa A pentru întrebări exacte).

Pașii din perspectiva aplicantului

1. Vede o postare pe Instagram/TikTok/Facebook „Vino la o bere cu noi!” + link spre formular.
2. Completează formularul (nume, prenume, telefon, email, sector, vârste, ocupații — vezi Anexa A).
3. Filmează un video de aplicare de max 90 secunde (specs în Anexa B) — împreună cu cei 3 prieteni cu care vine.
4. Atașează video-ul la formular (Google Drive link sau upload direct).
5. Bifează acordul GDPR pentru folosirea video-ului de aplicare în promo, chiar dacă nu sunt aleși.
6. Primește răspuns în maximum 7 zile: acceptat (cu propunere data filmare) sau pe lista de așteptare.

Conținutul video-ului de aplicare (90 sec)

Timp	Secțiune	Ce trebuie să conțină
0–15 sec	Prezentare grup	Numele fiecăruia, vârstă, ce face în viață. Toți 4 în cadru.
15–30 sec	De ce noi?	„De ce ar fi mișto să stăm la o bere cu voi.” 1-2 propoziții, autentic.
30–85 sec	Cele 4 subiecte	~14 sec / subiect — TITLU subiect + 1 frază de teaser. Nu dezvoltă, doar enunți.
85–90 sec	Outro	„Ne vedem la o bere?” + zâmbet. Final.

Specs tehnice video (Anexa B le explică detaliat pentru aplicant):

- Filmat orizontal (16:9), telefonul ținut peisaj
- Lumină de zi sau bec frontal — fără contre-jour
- Sunet curat — fără muzică, fără mediu zgomotos
- Toți 4 în cadru deodată
- Max 90 secunde, MP4, sub 200 MB

5. Criterii de selecție „câștigători”

Selecția e subiectivă și aparține integral organizatorului, dar acest scoring rapid ajută să faci alegerea consistent — mai ales când ai 10 aplicații și trebuie să alegi 3 pentru sâmbăta următoare.

Sistem de scoring (10 puncte max)

Criteriu	Punctaj	Cum verifici
Chimie de grup vizibilă	0–2	Se întrerup, râd, se completează — sau stau țeapăn pe scaune
Calitatea subiectelor	0–3	Personale, nu generice. „Ce mă enervează la șefa mea” > „Ce e fericirea”
Diversitate ocupațională	0–2	4 ocupații diferite > 4 colegi de la același birou
Energie și expresivitate	0–2	Cineva care vorbește calm, fără gesturi, e dificil în podcast
Originalitate vizuală	0–1	Locul de filmare, vibe-ul, ceva memorabil

Acceptăm aplicații cu scor ≥ 7 . Sub 7 = lista de așteptare. Sub 5 = refuz politicos prin email template (vezi mai jos).

Template răspuns refuz politicos

Email refuz

„Salut [nume]! Mulțumim mult pentru aplicarea voastră — am vizionat video-ul cu drag. Pentru perioada următoare am ales alte grupuri care se potrivesc mai bine cu subiectele de săptămâna asta, dar vrem să vă ținem în baza noastră de aplicanți. Vă scriem dacă apare o oportunitate. Între timp, vă așteptăm oricând la o bere și un burger pe Matei Voievod 90. — Echipa Burgeri și Bere”

6. Pachetul invitatului

Ce primește fiecare invitat care vine la filmare. Comunicat clar de la confirmare — fără surprize, fără așteptări nesatisfăcute.

Inclus în pachet

- 1 burger / persoană (la alegere din meniu standard, nu speciale)
- Bere fără limită (rezonabil — pe durata filmării, max 3 ore total)
- Cartofi / coleslaw ca sides
- Apă, suc — la alegere
- Setup tehnic: lavalieră, lumini, regia — totul pus la dispoziție
- Episodul finalizat trimis pe email cu 48h înainte de publicare
- Drept de share — pot folosi link-ul YouTube pe propriile rețele social, pot fi taguiți în clipuri

NU inclus

- Cocktail-uri, băuturi tari, fresh-uri scumpe
- Burgeri „speciali” / Modelier / din afara meniului podcast
- Compensație financiară de niciun fel
- Drept de cenzură asupra episodului final
- Garanție de publicare — dacă filmarea nu iese, episodul nu se publică (vezi clauză contractuală)

Costul real pe filmare

4 burgeri (~30 lei cost) + bere nelimitată (~40 lei cost pe grup) + cartofi (~10 lei cost) ≈ 80–100 lei / filmare. Pentru ROI: 1 episod = 60–80 lei content cost + 8–12 clipuri scurte = costul real per piesă de conținut < 10 lei.

7. Ziua de filmare — flow operațional sâmbătă

Sâmbăta este zi „operațiune închisă” pentru podcast. Restaurantul își poate continua activitatea normală, dar terasa (sau o secțiune) e dedicată filmării. Recomandare strategică: 2 sloturi la început, 3 după ce ritmul e stabilit.

Schedule recomandat — 2 sloturi

Interval	Activitate	Detalii
13:30–14:00	Setup tehnic	Lumini, lavalieri, test sunet, test cadru. Doar echipa.
14:00–14:15	Sosire Grup 1	Welcome, briefing rapid, semnare release GDPR, microfoane puse
14:15–15:30	Filmare Grup 1	60–75 min înregistrare brută
15:30–16:00	Tranziție	Curățare masă, reset lumini, masă pentru echipă, descarcare carduri
16:00–16:15	Sosire Grup 2	Welcome, briefing, semnare release, microfoane
16:15–17:30	Filmare Grup 2	60–75 min înregistrare brută
17:30–18:00	Wrap și backup	Dezasamblare, backup pe hard extern și cloud

Briefing-ul de 15 minute (înainte de fiecare filmare)

7. Re-confirmare subiecte (printate pe o foaie, lăsate pe masă pentru referință)
8. Semnare release GDPR (document fizic + foto cu CI pentru identificare)
9. Reguli rapide: vorbiți pe rând, nu vă uitați în cameră, nu vă uitați în obiectiv, dacă vă blocați cereți o pauză, nu ne sfiim
10. Red flags explicite: fără atacuri la concurenți (alte restaurante), fără limbaj discriminatoriu, religia/politica cu măsură
11. Confirmarea că dacă cineva spune „tăiați asta”, se taie efectiv — bunul simț, nu drept legal
12. Microfoane puse, test sunet de 30 secunde („spune-mi ce ai mâncat azi dimineață”)

Regulă internă — nu se filmează cu < 4 invitați

Dacă unul dintre cei 4 nu vine în ziua filmării, se reprogramează — nu se înlocuiește pe loc. Chimia testată în video-ul de aplicare e fix grupul de 4, nu 3+1.

8. Subiecte sensibile și red flags

Lista de subiecte interzise sau încadrate. Comunicată clar la briefing, repetată dacă e nevoie pe parcurs. Editorul (tu) are drept absolut să taie orice din această listă fără explicații.

Interzise absolut (se taie în editare, sau nu se publică episodul)

- Atacuri nominative la concurenți (restaurante, baruri, branduri — Bucureștii sau alții)
- Conținut discriminatoriu (rasial, etnic, religios, de gen, orientare, vârstă, handicap)
- Defăimare de persoane reale identificabile (nume, prenume, „șefa mea de la X”)
- Promovare directă a unui produs / serviciu / cauză a invitatului
- Conținut explicit sexual sau cu minori
- Apologii ale violenței, drogurilor, dependențelor

De păstrat în limitele decenței (acceptabile cu măsură)

- Religia — păreri personale OK, atacuri la altă religie NU
- Politica — frustrări generice OK („ce mă enervează la administrație”), endorsement partid NU
- Probleme de cuplu / familie — anonimizate, fără nume de identificare
- Înjurături — naturale, dar fără să devină limbaj dominant. Tăiate dacă > 1 pe minut

Drept de extindere a listei

Această listă poate fi completată oricând. Adăugările intră în vigoare la următoarea filmare. Aplicații semnează un release care include „acceptarea politicii editoriale, supusă revizuirilor periodice” — vezi documentul GDPR separat.

9. Drepturi, consimțăminte și GDPR

GDPR-ul nu e opțional în România. Înregistrarea video și audio a unei persoane, cu intenția de publicare, necesită consimțământ scris, liber, specific, explicit și informat. O firmă a primit deja 5.000 EUR amendă pentru înregistrare audio-video fără temei legal corect — risc real, nu teoretic.

Documentul-cheie: Release-ul de imagine și voce

Este un document separat (fișier .docx anexat acestui playbook). Fiecare invitat îl semnează în 2 exemplare la briefing-ul de pre-filmare — unul rămâne la noi, unul i se dă lui. Identificarea se face cu CI (cardul de identitate fotografiat la momentul semnării, păstrat strict pentru evidență).

Drepturile cedate de invitat prin semnare

- Folosirea înregistrării integrale pe canalele Burgeri și Bere (YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, site)
- Editarea, decuparea, montarea înregistrării în clipuri de orice durată
- Folosirea în materiale promoționale (reclame plătite, postere, conținut sponsorizat)
- Folosirea video-ului de aplicare (chiar dacă nu sunt aleși) în compilații sau promo
- Drept de sublicențiere către parteneri media (dacă apare cazul)
- Cesiunea drepturilor pentru o perioadă de 5 ani de la data filmării, cu opțiune de prelungire

Drepturile păstrate de invitat

- Dreptul de retragere a consimțământului (cu termen de 30 zile de la cererea scrisă)
- Dreptul de a cere blurarea feței / mascarea vocii într-un clip specific (cu argumentare validă)
- Dreptul la informare — pot solicita lista materialelor publicate cu ei oricând
- Dreptul la ștergere / „uitare” — în cazuri excepționale (probleme legale, hărțuire)

Atenție — retragerea consimțământului

Dacă un invitat retrage consimțământul după publicare, trebuie să elimini materialele de pe toate platformele în 30 zile, dar ai dreptul să păstrezi versiunile arhivate (nepublicate) pentru evidență legală. Documentul GDPR clarifică explicit acest balans.

10. Flow-ul de pre-publicare (48h)

Cu 48 ore înainte de publicare pe YouTube, invitații primesc episodul final pe email. Nu au drept de cenzură, dar au drept la informare — și e o curtoazie care construiește bună-credință pentru viitorii aplicanți (word of mouth).

Pașii de pre-publicare

13. T-72h: Episodul e finalizat și încărcat ca unlisted pe YouTube
14. T-48h: Email trimis către cei 4 invitați cu link-ul unlisted + nota „va deveni public marți la 19:00”
15. T-48h → T-24h: Răspunsuri primite (eventual obiecții punctuale)
16. T-24h: Decizie finală — editor (tu) decide ce obiecții se rezolvă, ce nu. Comunici clar.
17. T-2h: Episodul devine public, primele clipuri scurte programate pentru următoarele 7 zile

Cazuri de gestionare a obiecțiilor

Obiecție	Răspuns standard
„Mi-am amintit că am spus un nume real — taie”	Da, se taie (protecție terți). Editezi și republici link unlisted.
„Sunt ciudat la cadrul X, taie-mă”	Nu (subiectivitate). Comunici politicos: „regulamentul nu permite cenzură estetică”.
„Am supărat partenerul, taie tot”	Nu (drept exercitat târziu). Reminder release semnat. Eventual blur facial parțial.
„Am spus ceva ce poate fi atacat legal”	Da, prioritate maximă. Consultare avocat dacă e cazul, editezi sau ții episodul nepublicat.

11. Distribuție și content recycling

Episodul de 60 min e materia primă. Marketingul real se face cu clipuri scurte, programate pe 7-10 zile după lansare. Un singur episod produce 8-12 piese de conținut secundar.

Plan de distribuție per episod

Când	Platformă	Conținut
Marți 19:00	YouTube	Episod integral (60 min), titlu + descriere SEO, thumbnail dedicat
Marți 20:00	Instagram (feed)	Carusel 5 slide-uri: portretele celor 4 + slide subiecte
Marți 21:00	Facebook page	Share link YouTube + paragraf intro
Miercuri	Instagram Reels	Clip 1 — momentul cel mai dramatic / amuzant (45-60 sec)
Miercuri	TikTok	Același clip, hashtags locale + Bucharest food
Joi	Instagram Stories	Polls: „Cu cine te-ai vedea la o bere dintre ei?”
Joi	Reels + TikTok	Clip 2 — alt moment, alt invitat principal
Vineri	Reels + TikTok	Clip 3 — controversa sau opinia ne-așteptată
Sâmbătă	TikTok	B-roll behind-the-scenes (1 clip)
Duminică	Instagram	Q&A cu unul dintre invitați (Story Q&A box)
Luni următor	Toate	Compilație „best of” — 60 sec, teaser pentru episod 2

Tipuri de clipuri scurte (din 1h de filmare)

- Hot take — afirmația cea mai polarizantă din episod (15-30 sec)
- Râset colectiv — momentul când toți 4 izbucnesc în râs (10-20 sec)
- Roast amiabil — un invitat e tachinat de ceilalți (20-40 sec)
- Surprise reveal — invitatul spune ceva neașteptat despre el (30-60 sec)
- Visual hook — momentul când cineva mușcă din burger sau toarnă bere (5-10 sec, fără sunet)
- Quote-of-the-night — o frază memorabilă pe text overlay, fundal cu close-up al invitatului

Strategie de creștere

Episodul de 60 min e bazinul. Clipurile scurte sunt undițele. 80% din traficul nou către YouTube vine din clipurile scurte virale, nu din căutări directe. Prioritate maximă: 3 clipuri / săptămână pe TikTok și Reels din fiecare episod publicat.

12. Naming-ul episoadelor

NU numerotare seacă („Episodul 4”). Numele episodului = magnet pentru click. Formula: titlul brandului + subiectul cel mai provocator al serii.

Formulă recomandată

Template titlu

„La o bere... despre [SUBIECT PROVOCATOR]”

Exemple aplicate

- La o bere... despre cum am furat pâine la 16 ani
- La o bere... despre vecinii care urlă noaptea
- La o bere... despre joburile pe care nu le-am spus părinților
- La o bere... despre cea mai proastă întâlnire pe Tinder
- La o bere... despre familia care nu te înțelege
- La o bere... despre cât costă viața în București dacă ai 4500 lei

Reguli de naming

- Lungime: 50–60 caractere (limit YouTube pentru afișare completă)
- Începe mereu cu „La o bere...” pentru recognoscibilitate
- Subiectul e formulat ca un teaser, nu ca un titlu academic
- Evită clickbait pur (înșelător) — folosește curiozitate, nu manipulare
- Subtitlul YouTube: lista celor 4 invitați + ocupații (SEO local: „cu Andrei, șofer Uber + Maria, asistentă”)

13. KPI-uri și ce măsurăm

Podcastul e marketing, nu hobby. Trebuie să măsoari. Setezi target-uri lunare și revizuiști la fiecare 30 zile.

KPI-uri primare (lunare)

KPI	Tip	Target
Aplicații primite	Cantitate	10+ / lună (lună 1) → 30+ / lună (lună 6)
Episoade publicate	Cantitate	4 / lună (1 / săptămână)
YouTube views / episod	Tracțiune	500 (lună 1) → 5.000 (lună 6)
Watch time YouTube (min)	Calitate	minim 30% din durata episodului (deci 18+ min)
Subscribers YouTube netti	Creștere	+50 / lună (lună 1) → +500 / lună (lună 6)
Reels / TikTok views / clip	Viralizare	5.000 mediu, 50.000 pentru viral hit
Engagement rate IG	Implicare	>5% pe carusele post-episod
Foot traffic atribuit	Conversie	10-20 clienți / lună care menționează podcastul

Tool-uri de tracking (gratuit / low cost)

- YouTube Studio Analytics — views, watch time, demografice, surse trafic
- Meta Business Suite — Instagram + Facebook insights
- TikTok Studio — performanță clipuri și demografice
- Google Forms — analiză aplicații primite per lună
- Sondaj rapid la restaurant — „de unde ai auzit de noi?” — câmp adăugat la comanda online sau întrebat de ospătari random

Întrebare de revizie lunară

Întrebarea cheie

„Câți oameni au venit la restaurant luna asta care nu ar fi venit fără podcast?” Dacă răspunsul după 6 luni e sub 50, format greșit, target greșit, distribuție greșită — replanificăm de la 0. Dacă răspunsul e 100+, scalăm.

14. Calendar lansare săptămâna 1-4

Lansarea oficială necesită pregătire. Nu publici episodul 1 până nu ai cel puțin 2 episoade filmate „în buzunar” — altfel apare panică la episodul 3.

Săptămâna 1 — Pregătire și recrutare aplicanți

Obiectiv: primele 8-10 aplicații în buzunar

- Luni: postare Instagram + TikTok teaser — „Vine ceva nou. Vezi joi.” (fără detalii)
- Marți: postare carusel anunț concept — „Vino la o bere cu noi! Iată ce înseamnă” + link formular Google Forms
- Miercuri: postare clip behind-the-scenes — „Așa pregătim terasa pentru podcast”
- Joi: TikTok / Reel mai amplu — Cătălina pe cameră explicând ce căutăm (1 min)
- Vineri: Repostare formular în Stories cu countdown la prima filmare
- Sâmbătă: nu există filmare încă — colectezi aplicații
- Duminică: revizuiești aplicațiile, alegi primele 2 grupuri pentru sâmbăta viitoare

Săptămâna 2 — Prima zi de filmare

Obiectiv: 2 episoade filmate brut, 1 ales pentru publicare

- Luni-Vineri: confirmare grupuri, trimite formularul GDPR digital pentru pre-citire, programare exactă
- Sâmbătă: filmare reală — 2 sloturi (14:00 și 16:00)
- Sâmbătă seara: backup pe hard extern și cloud
- Duminică: vizionare brut, alegere care episod intră primul (cel mai puternic dintre cele 2)

Săptămâna 3 — Editare și a doua filmare

Obiectiv: 1 episod gata de publicare, încă 2 filmate

- Luni-Vineri: editare episod 1 în CapCut, voice-over intro, thumbnail YouTube, lista clipurilor scurte
- Continuă recrutarea pentru următoarele filmări (formular ține deschis 24/7)
- Sâmbătă: filmare slot 2 — încă 2 grupuri
- Duminică: alegere episod 2, început editare

Săptămâna 4 — Lansare oficială

Obiectiv: episod 1 publicat, hype maxim, 2 episoade pregătite în queue

- Luni: episod 1 încărcat unlisted YouTube, link trimis invitaților (48h pre-publicare)

- Marți 19:00: PUBLICARE oficială episod 1 — YouTube, share peste tot
- Marți 20:00–23:00: răspuns la TOATE comentariile primele 3h (semnal de algoritm)
- Miercuri-Duminică: distribuție clipuri scurte conform planului din secțiunea 11
- Sâmbătă: continuă filmările — ritm stabilit

Indicator de succes după 4 săptămâni

Dacă la sfârșitul lunii 1 ai: 20+ aplicații primite, 4 episoade filmate, 1 episod publicat cu 500+ views și 5+ comentarii organice — ești pe drum bun. Sub aceste cifre, ajustezi (probabil distribuția pe Reels e slabă sau formularul nu e clar).

Anexa A — Întrebări formular aplicare

De setat în Google Forms (gratuit). Fiecare întrebare e mapată la o secțiune. Mai jos: textul exact, tipul de câmp, și dacă e obligatoriu.

Secțiunea 1 — Date de contact (toate obligatorii)

- Numele și prenumele celor 4 participanți (text scurt, 4 câmpuri separate)
- Telefon de contact al persoanei care aplică (text scurt, format 07XX XXX XXX)
- Email de contact (text scurt, validare email)
- Sector / oraș de reședință (dropdown: Sector 1, 2, 3, 4, 5, 6, Ilfov, Alt oraș)

Secțiunea 2 — Profil grup

- Vârstele celor 4 (4 câmpuri numerice)
- Ocupația fiecăruia (4 câmpuri text scurt)
- De cât timp vă cunoașteți? (radio: < 1 an / 1-3 ani / 3-7 ani / 7+ ani)
- Cum vă cunoașteți? (text scurt — facultate, joburi vechi, copilărie, etc.)

Secțiunea 3 — Subiecte propuse

- Subiectul 1 — titlu (text scurt, max 100 caractere)
- Subiectul 1 — 2 fraze de detaliu (text lung, max 300 caractere)
- Subiectul 2 — titlu + detaliu (idem)
- Subiectul 3 — titlu + detaliu (idem)
- Subiectul 4 — titlu + detaliu (idem)

Secțiunea 4 — Video de aplicare

- Link Google Drive / WeTransfer către video-ul de aplicare (text scurt, obligatoriu)
- Confirmare că video-ul respectă specs (checkbox)

Secțiunea 5 — Acord GDPR

- Sunt de acord cu folosirea video-ului meu de aplicare în materiale promo Burgeri și Bere, chiar dacă nu sunt selectat (checkbox obligatoriu)
- Înțeleg că dacă sunt selectat, voi semna un release detaliat la momentul filmării (checkbox obligatoriu)
- Sunt de acord cu prelucrarea datelor cu caracter personal pentru scopul selecției (checkbox obligatoriu)

Secțiunea 6 — Bonus opțional

- Ai mai apărut într-un podcast, vlog, interviu? Dacă da, link (text scurt, opțional)
- Orice altceva ar trebui să știm despre voi? (text lung, opțional)

Anexa B — Spec video aplicare

Acest text se publică integral sub formular și se atașează în confirmarea de aplicare. Aplicații știu exact ce să filmeze, nu mai întreabă.

Spec public — copy-paste pentru aplicați

Cum filmezi video-ul de aplicare (90 secunde max)

Filmează telefonul pe orizontală (cum ții telefonul când dai swipe la TikTok = greșit. Cum ții pentru un meci la TV = corect).

Toți 4 trebuie să fiți în cadru deodată. Stați aproape, încadrați-vă bine, fundalul curat.

Lumină naturală sau o lampă în spatele camerei. Niciodată fereastră în spate.

Liniște în jur. Fără muzică de fond. Fără terasa Centrului Vechi sâmbătă seara.

Structura celor 90 secunde

0-15 sec — Cine sunteți

Fiecare, pe rând, spune: nume, vârstă, ce face. Maxim 3-4 secunde / persoană. Nu CV. Doar identificare rapidă.

15-30 sec — De ce voi

Spuneți în 2 propoziții de ce ar fi tare să stăm la o bere cu voi. Nu vinde-te. Fii natural. Râdeți între voi.

30-85 sec — Cele 4 subiecte (14 sec / subiect)

Anunță titlul subiectului + 1 propoziție de teaser. NU dezvoltați acum subiectele — păstrăm asta pentru podcast.

85-90 sec — Outro

„Ne vedem la o bere?” — zâmbet — gata.

Specs tehnice

- Format: 16:9 (orizontal)
- Lungime: max 90 secunde
- Fișier: MP4, sub 200 MB
- Sunet: clar, fără zgomot dominant
- Toți 4 vizibili în cadru, nu pe rând

Cum trimiți

- Uplodează video-ul în Google Drive sau WeTransfer
- Setează link-ul ca „oricine cu link poate vizualiza”
- Lipește link-ul în formular la secțiunea „video aplicare”

Ce nu să faci

- Video-uri editate cu muzică, tranziții, filtre — căutăm autenticitate, nu producție
- Selfie cu un singur reprezentant al grupului — toți 4 sau nimic
- Dezvoltare a subiectelor pe larg în aplicare — pierdeți efectul de surpriză la podcast
- Promovare a unui produs / cauză personală — refuzăm direct

Anexa C — Checklist zi filmare

Printezi această pagină pentru fiecare zi de filmare. Bifezi în ordine. Reduce uitarea de detalii critice.

Cu o zi înainte (vineri seară)

- ☐ Confirmat telefonic toți 4 invitați din fiecare grup
- ☐ Trimis pe email subiectele finalizate și schedule-ul către fiecare grup
- ☐ Verificat baterii iPhone-uri (toate la 100% înainte de seara)
- ☐ Verificat 4 lavalieri funcționale
- ☐ Verificat card-uri SD / memorie pe iPhone-uri (>50GB liber fiecare)
- ☐ Pregătit 8 exemplare release GDPR printate (4 per grup × 2 sloturi)
- ☐ Pregătit pix-uri (minim 3, întotdeauna se pierd)
- ☐ Pregătit 8 foi A4 cu subiectele printate (pentru masă, ca referință)
- ☐ Pregătit alimente și beri necesare în stoc

În dimineața filmării (sâmbătă, ora 12:00)

- ☐ Setup terasă: masă, scaune, lumini, stativ pentru telefoane
- ☐ Reglat poziția camerelor: 1 general, 1 close-up rotativ
- ☐ Test sunet cu 4 lavalieri (înregistrare 1 min de probă, vizionare)
- ☐ Verificat lumina ambientă (umbră, contre-jour)
- ☐ Pregătit colțul pentru briefing (release GDPR, pix, scaun)
- ☐ Pus berea la frigider, burgerii pregătiți pentru asamblare rapidă
- ☐ Stick / hard extern pe poziție pentru backup

La sosirea fiecărui grup

- ☐ Salut cordial, prezentare scurtă a echipei
- ☐ Confirmare identitate cei 4 (CI verificat, fotografiat)
- ☐ Semnare release GDPR — 2 exemplare per persoană, 8 total per grup
- ☐ Recapitulare reguli: vorbiți pe rând, fără priviri în cameră, red flags
- ☐ Recapitulare subiecte — citite cu voce tare, confirmate de grup
- ☐ Pus lavalieri, test sunet 30 secunde per persoană
- ☐ Adus burgerii pe masă, prima rundă de bere turnată
- ☐ Pornit înregistrare (verificare: lumini roșii pe ambele camere)

La finalul fiecărei filmări

- ☐ Oprit camerele, salvat fișierele
- ☐ Mulțumit grupului, foto colectivă pentru promo
- ☐ Dat lor exemplarul lor de release GDPR semnat
- ☐ Comunicat când să se aștepte la pre-publicare (48h înainte)
- ☐ Backup imediat pe hard extern + început upload pe cloud
- ☐ Reset masă pentru următorul grup (curățenie completă)

Seara, după ultima filmare

- ☐ Backup complet pe 2 surse (hard extern + cloud)
- ☐ Notițe scrise: ce a mers / ce nu a mers azi (1 paragraf)
- ☐ Mesaj de mulțumire pe email către toate grupurile
- ☐ Pregătit folder etichetat per grup pentru editare

— SFÂRȘIT PLAYBOOK —

Burgeri și Bere · Matei Voievod 90 · București · 0735 973 924

Release GDPR — document separat (anexat)