
**Bedrijfsfilms zijn uit,
videomarketing is in**

Met deze 6 tips & tricks van een insider leer je het verschil
maken met online video!

Bedrijfsfilms zijn uit,
videomarketing is in

Wim Symoens

Auteur: Wim Symoens

Coverontwerp: Wim Symoens

ISBN: 9789402132335

© Wim Symoens

Voorwoord	7
------------------------	----------

Hoofdstuk 1 : Waarom video?	11
--	-----------

1.1 Waarom zou ik video gebruiken?	12
1.2 Waarom zou ik nu met video beginnen?	13
1.3 Hoe start ik met video?	13
1.4 Maak deel uit van de video revolutie	15
1.5 Wat is er veranderd tegenover video van vroeger tijden?	17
1.6 Kloon jezelf met video, verspreid je boodschap maximaal, eender wanneer, eender waar	19
1.7 Word een expert door middel van video	20
1.8 "Doe het zelf video" of eerder uitbesteden aan een productiehuis?	21
1.9 Kan iedereen zelf video maken?	24
1.10 Wat kost een professionele video?	25
1.11 Wat zijn de 10 zaken die je moet vermijden bij een videoproductie	28
1.12 Video filmen of werk je beter met animatie?	29
1.13 Waarom is video één van de goedkoopste digitale media	31
1.14 Enkele referenties van mensen en bedrijven die goed met video omgaan	32
1.15 Hoe kan video versterkend werken voor je organisatie?	34

Hoofdstuk 2 : VIDEOMARKETING	36
---	-----------

2.1 Wat is videomarketing?	37
2.2 Zijn marketingvideo's duur?	38
2.3 Hoe kan video je marketing versterken?	39
2.4 Werkt videomarketing wel degelijk?	40
2.5 Hoe kan videomarketing mijn zaak helpen?	40
2.6 Kijken mensen wel naar marketingvideo's?	41
2.7 Welk soort video is geschikt voor je bedrijf?	43
2.8 Welke 5 video's heeft ieder bedrijf nodig	48

HOOFDSTUK 3 : PREPRODUCTIE	49
---	-----------

3.1 Hoe bepaal je een videomarketing strategie?	50
3.2 Wat heb je nodig om een succesvolle productie op te starten?	51
3.3 Hoe begin je aan je eerste video?	52
3.4 Hoe differentieer ik me van mijn concurrentie door middel van video?	54
3.5 Know, Like, Trust	55
3.6 Welke 5 stappen moet ik nemen om succes te hebben met mijn video? Hoe maak ik video's met IMPACT?	56
3.7 Hoe maak je onweerstaanbare inhoud aan?	58
3.8 Hoeveel video's heb je nodig?	58
3.9 Hoe maak je marketingvideo's die effectief werken?	60
3.10 Hoe ziet het video productieproces eruit?	61

HOOFDSTUK 4 : PRODUCTIE	62
4.1 Hoe plan je een videoproductie?	63
4.2 Welk materiaal heb je nodig?	65
4.3 Een aantal technische tips in verband met statieven en belichting	65
4.4 Welke camera gebruiken?	68
4.5 Hoe gaat het eraan toe op een set?	69
4.6 Hoe draai je een video met beperkt budget?	71
4.7 Hoe gebruik je video om complexe zaken of producten uit te leggen?	72
HOOFDSTUK 5 : POSTPRODUCTIE	75
5.1 Wat doe je met een video nadat hij opgenomen is?	76
5.2 Wat is belangrijk tijdens de videomontage?	76
5.3 Wat zijn de bekendste/populairste montage programma's?	77
5.4 Hoe lang moet een video zijn?	79
5.5 Waardevol advies om de video zo boeiend en krachtig mogelijk te maken	82
5.6 Wat zijn de meest gebruikte formaten en compressies?	83
5.7 Hoe gebruik je muziek in video?	85
5.8 Hoe gebruik je een voice over of een vertelstem?	87
5.9 Op welke manier gebruik je grafiek in je video?	87
HOOFDSTUK 6 : SOCIAL MEDIA & DISTRIBUTIE	89
6.1 Hoe maak je video's sociaal ?	90
6.2 Wat is de rol van video in de marketing funnel?	91
6.3 Kan ik echt tientallen video's maken om mijn niche te domineren?	92
6.4 Hoe kan ik de juiste zoektermen vinden waarnaar mijn klanten op zoek zijn?	93
6.5 Hoe gebruik je de Google Keyword tool en hoe ken je keyword trends?	94
6.6 Wat zijn enkele nuttige en handige YouTube marketingtechnieken?	95
6.7 Video SEO... wasda?	96
6.8 Hoe maak ik een eigen YouTube kanaal aan?	100
6.9 Hoe kan je de interactie vergroten op YouTube?	102
6.10 Wat is video syndicatie of seeding?	103
6.11 Hoe kan je je verkoop verhogen door video te gebruiken in e-mail strategieën?	105
6.12 Wat is videoblogging of vlogging?	107
6.13 waarom zou ik video verspreiden via Social Media?	108
6.14 Hoe verspreid je de video's op Facebook, Twitter, Google+ , Twitter of LinkedIn	109
6.15 Welke eigenschappen moet men terugvinden in mijn videocontent opdat mensen het gaan delen via Social Media?	110
6.16 Is het zinvol om te betalen voor de promotie van mijn video?	111
6.17 Hoe meet ik de ROI (Return on Investment) van mijn video?	112
6.18 Wat is een clickable of interactieve video?	114
6.19 Verhalen van videomarketing sterren	116
6.20 Waar plaats ik best een video op mijn site?	118
Slotwoord: Time for Action!	119
6.21 Verklarende woordenlijst	120

VOORWOORD

Het feit dat je dit boek in de hand hebt, wil zeggen dat je een duidelijke interesse hebt in de mogelijkheden die er momenteel zijn met video.

Maar gebruik je wel het volle potentieel van video en, met uitbreiding, van videomarketing?

Weet je hoe je een videostrategie ontwikkelt en hoe je je bedrijf kan promoten door middel van videomarketing?

Bijzonder veel bedrijven hebben nauwelijks weet hoe daaraan te beginnen, niettemin zijn de meeste marketeers (en vooral de digital marketeers) reeds voldoende op de hoogte dat online video hét medium van de toekomst is.

Veel marketeers en ondernemers weten wel dat ze video moeten inzetten om hun communicatie af te stemmen op de vraag van de klant, maar vaak weten ze niet hoe. Zal ik proberen om zelf mijn video te maken of toch liever uitbesteden, wat kost een videoproductie, hoe kan ik het promoten op YouTube, welke content is het meest geschikt en hoe kan ik zorgen dat mijn video veel bekeken wordt...?

Ik heb dit boek geschreven om marketeers en ondernemers wegwijs te maken in de verschillende opties en opportuniteiten die er zijn in videoproductie en online distributie.

Dit boek is opgedeeld volgens het traditionele stappenplan waaraan elke audiovisuele productie voldoet: preproductie, productie en postproductie. Daarnaast zijn er hoofdstukken voorzien rond videomarketing en de optimalisatie van video op sociale media.

Het audiovisueel medium passioneert mij al jarenlang, in die mate dat ik er mijn hele professionele loopbaan mee bezig ben geweest. Mijn persoonlijke geschiedenis is verweven met film en video, het is quasi altijd mijn broodwinning geweest en het is nog steeds mijn grote passie. Aan de ene kant hou ik ervan om video te produceren, te bedenken en te creëren, maar wat de laatste jaren veel belangrijker geworden is in de hele insteek rond videoproductie, is wat het teweeg kan brengen bij andere mensen en bedrijven. Video maken is één ding, maar hoe zorg je ervoor dat het bij jouw doelpubliek terechtkomt? Dankzij het internet en de sociale media is er nu een fantastisch distributiekanaal bijgekomen dat op zich ook bijzonder fascinerend is. Bij mij persoonlijk is er een aanzienlijke verschuiving gekomen van zuivere videoproductie naar videomarketing. Dat wil zeggen dat ik een stevige interesse heb ontwikkeld voor online marketing met een specifieke voorkeur voor videomarketing. Binnenkort zal 70% van het internet bestaan uit video, het lijkt me dan ook evident dat we nu aan het begin staan van een nieuw tijdperk waarin video een prominente rol zal spelen.

Ik wil je graag begeleiden om zo succesvol mogelijk te zijn met je eigen videocommunicatie, zodat je bedrijf en jijzelf er beter van wordt.

Mijn loopbaan ging van start in de jaren 90 tijdens mijn studies aan de filmschool St. Lukas in Brussel. Nadien werkte ik afwisselend voor TV producties en langspeelfilms, steeds in verschillende functies. Bij aanvang voornamelijk als regisseur, nadien ben ik hoe langer hoe meer gaan produceren. Sinds een jaar of 10 werk ik quasi uitsluitend voor bedrijven, meestal binnen de context van bedrijfscommunicatie of marketing.

Het is mijn intentie om me daar de volgende jaren verder op toe te leggen en steeds bij te scholen zodat ik mijn toegevoegde waarde aan mensen en bedrijven die baat hebben bij mijn expertise kan optimaliseren.

Ik hoop dat je veel nuttige tips en inzichten oppikt uit dit boek, dat je plezier mag beleven bij de productie van je video's en ik wens je vooral veel succes toe, zodat je inspanningen beloond worden door je doelpubliek!

Bij deze wil ik mijn hartelijke dank uitsturen aan Nisandeh Neta voor de inzichten in het tot stand komen van dit boek. Ook alle lof en dank aan mijn geliefde Pluis.

Wim Symoens

Hoofdstuk



WAAROM VIDEO?

1.1 WAAROM ZOU IK VIDEO GEBRUIKEN?

Video is het meest krachtige medium dat je online kan inzetten. Het creëert vertrouwen bij de kijker en je bouwt een persoonlijke band op met je kijker. Om producten of diensten te verkopen moet je aan 3 voorwaarden voldoen; mensen moeten je kennen, ze moeten je graag mogen en ze moeten je vertrouwen. In het Engels klinkt het mooi: people have to know, like & trust you. How true!

Al deze voorwaarden worden ingevuld door video om de eenvoudige reden dat je de persoon laat zien achter het product. Mensen kopen nog steeds van mensen, ongeacht of ze nu op het web zitten of dat er directe interactie is.

Met video kan je jezelf onderscheiden door een persoonlijk contact te leggen met de kijker, door te laten zien wat je voor hem of haar kan betekenen. Je kan je eigen unieke meerwaarde laten zien. Daarnaast heb je uiteraard het voordeel dat je het product en de goede eigenschappen daarvan kan tonen terwijl het in werking is, dat is een geweldig voordeel tegenover andere media.

In marketing en sales zou het ideale script zijn dat je een 1 op 1 contact of gesprek hebt met de prospect of de klant. Niets is sterker dan die menselijke 1 op 1 verbinding. Realistisch gezien, wanneer je veel klanten hebt en als er een groot aantal prospects zijn is het gewoon niet praktisch om individuele gesprekken te hebben.

De beste manier om te verbinden met mensen is duidelijk video, want dat heeft de intimiteit van een persoonlijk gesprek, je kan er een connectie mee opbouwen, mensen kunnen je zien, je kan montage gebruiken, teksten op het beeld, kleur en muziek, effecten en andere elementen om emotie op te bouwen en dat maakt video juist zo krachtig.

1.2 WAAROM ZOU IK NU MET VIDEO BEGINNEN?

Ondertussen zijn er waarschijnlijk tientallen, zometert honderden of zelfs duizenden concullega's in jouw sector actief en zijn ze aanwezig op het web. Enerzijds gaat het over kansen nemen die zich nu voordoen, anderzijds gaat het over gevonden worden door je doelgroep.

Laat me beginnen met het onderscheidend vermogen van online video. In ieder geval zal er een onderscheidende eigenschap zitten in hetgeen je aanbiedt aan je klanten, of het nu gaat om je persoon, je dienst of je product. Laat het zien aan je doelpubliek, toon het en zeg het!

Anderzijds gaat het over kansen nemen die zich aanbieden. De verwachting is dat het grootste deel van het internet zal bestaan uit video binnen dit en 5 jaar (voorspelling volgens cisco.com). Dat wil zeggen dat het grootste deel van handelaars webvideo zal gebruiken, net zoals de meeste handelaars nu al een website hebben. Als je er nu mee begint is de kans om je te onderscheiden en je te positioneren als een sterk merk vele malen eenvoudiger dan wanneer iedereen het doet.

Neem daarbij ook het feit dat je relatief eenvoudig gevonden kan worden door middel van Google, dat is ook een doorslaggevende reden om met video van start te gaan. Veel mensen gaan op zoek naar referenties over producten of diensten op YouTube. Hou steeds in gedachten dat YouTube de tweede grootste zoekrobot ter wereld is, na Google!

Maar het allerbelangrijkste en meest dankbare is het menselijke aspect. Video laat authenticiteit zien, het feit dat we de passie zien en horen in de woorden en de ogen van de persoon in de video zorgt voor een unieke ervaring die nooit geëvenaard kan worden in een tekst en/of een foto alleen.

1.3 HOE START IK MET VIDEO?

Alle begin is moeilijk, geen twijfel. Daarom schrijf ik dit boek, om je te helpen bij je eerste stappen in een succesvol video avontuur. Het klinkt