

VOORWOORD

‘Je gaat die toch niet echt gebruiken, hè?’

De *shoot manager* wees naar mijn iPhone. Het was 2014, we waren een video aan het filmen voor een internationaal merk. Niemand die ik kende, gebruikte smartphones om zakelijke video’s te maken. Maar mijn gloednieuwe iPhone was die middag in de brievenbus gevallen. Ik had hem snel op een selfiestick geschoven en meegenomen naar de opnames in Amsterdam.

‘Nou, we gebruiken die camera ook hoor,’ stelde ik de man gerust, wijzend naar mijn cameraman met zijn professionele camera.

Het was de eerste keer dat ik een smartphone meenam naar een professionele zakelijke videoshoot. En het leuke is dat het merendeel van de clips in de uiteindelijke video afkomstig was van mijn iPhone.

In die tijd gold ‘bigger is better’. Voor effectieve zakelijke video’s van hoge kwaliteit had je een groot budget, een grote crew en een

grote camera nodig. Maar ik experimenteerde al jaren met de smartphone. In 2012 gebruikte ik naast mijn DSLR ook al mijn iPhone4 voor opnames van een nationale tv-nieuwsshow. Het is nu bijna niet voor te stellen, maar ik heb dat nooit durven vertellen aan de tv-crew (en met het juiste licht en compositie viel het toch niemand op).

Het is ongeloofelijk hoe de techniek zich heeft ontwikkeld en de perceptie is veranderd. Smartphones zijn totaal onmisbaar geworden. We gebruiken onze telefoons om foto's te maken, te mailen, en zakelijke kalenders bij te houden. Maar nog niet iedereen heeft de (video)camera ontdekt. Mijn doel is iedereen met een camera te helpen er goede filmpjes mee te maken. Zeker ook als je alleen de camera van je telefoon hebt. Juist dan; je hebt je telefoon tenslotte bijna altijd bij je.

Het is echt niet zo dat je alle zakelijke video's zelf moet willen maken. Video's waarbij het draait om de perfecte beelden, compositie, kleuren en tekst (ik noem dit ook wel 'hero' content), wil je eigenlijk altijd laten maken door professionele filmers en editors. Bij video's die je eventueel in house kunt maken,

draait het meer om bijvoorbeeld kennisoverdracht, behind-the-scenes en sfeer (ik noem dit ook wel 'home' content).

In dit boek richt ik me vooral op home content: video's die je zelf kunt maken. Gewoon, met je telefoon.

**Mijn missie is om jou de tools,
kennis en het zelfvertrouwen te
geven om zelf professionele video's
te kunnen maken.**

Als early adopter in het gebruik van de telefoon om zakelijke video's te maken, word ik regelmatig gevraagd om mijn expertise te delen. Ik heb nu duizenden mensen getraind in het gebruik van (smartphone)video en hun alle voordelen proberen duidelijk te maken:

- Video heeft een enorm bereik, blijft lang hangen en wordt op bijna alle platforms verkozen boven tekst of foto's.
- Het is nog nooit zo makkelijk en laagdrempelig geweest om zelf filmpjes te maken.
- De camera op je telefoon heb je altijd bij je.

- Met je telefoon heb je een alles-in-één-apparaat om op te nemen, te editen, te publiceren, en te streamen.
- Camera's worden steeds lichter en kleiner, daarom wordt het makkelijker om unieke en creatieve shots te maken.
- Met een kleine camera, zoals van een smartphone, zijn mensen minder geïntimideerd, dit kan bijvoorbeeld handig zijn tijdens interviews.

Dit boek is een verzameling van de kennis die ik in de loop van vele jaren heb opgedaan, niet alleen door mijn eigen tv-items en videopodcasts te maken, maar ook door bedrijven en ondernemers te trainen. Ik leer je in vijf stappen hoe je zelf een zakelijke video maakt, van voorbereiding (hoofdstuk 1), het filmen (hoofdstuk 2), voor de camera staan en interviewen (hoofdstuk 3), editen en ondertitelen (hoofdstuk 4) en plaatsing optimalisatie (hoofdstuk 5).

Ik wens je heel veel succes met het maken van je video's. En vooral: veel plezier!

Pelpina



1

DE VOORBEREIDING

Dit is het belangrijkste hoofdstuk. Wil jij doelgerichte video's maken? En tijd besparen op het maken van video's? Minder tijd besteden aan filmen en editen? Dan heb je in de eerste plaats een goede planning nodig. Na elke videotraining die ik geef, zeggen deelnemers: 'Je had toch gelijk, ik had beter moeten plannen. Dat had me een hoop tijd gescheeld.'

Geloof me: dit is echt het belangrijkste hoofdstuk! Dus, voordat je je camera tevoorschijn haalt, maak even een pas op de plaats. Neem de tijd om je video's uit te denken en bespaar jezelf een hoop tijd, energie en frustratie.

Het plannen van je video hoeft niet ingewikkeld te zijn. Je hebt slechts drie dingen nodig: een algemene videovisie voor je bedrijf, en per video een videoplan en een shotlist.

1.1 Videovisie

Een van de eerste vragen die ik elk bedrijf/organisatie stel: heb je een videovisie? Het is tof dat je video's wilt maken, maar wat is het doel? Hoe past video in je algehele doelstellingen en je marketingstrategie? Wat is precies de rol van video voor jouw bedrijf, wat wil je overbrengen en wat wil je uitstralen?

Elk bedrijf of merk heeft een verhaal, een kern-doel of visie, waar alle activiteiten op gebaseerd dienen te zijn. Ook jouw bedrijf of merk heeft ongetwijfeld een doel voor ogen: de beste keukens van Nederland verkopen, het tropisch regenwoud herbebossen of alle hondjes in het asiel een nieuw thuis geven. Je hebt daarnaast allerlei secundaire doelen, zoals views op je website genereren, bekendheid krijgen of geld inzamelen. Al deze secundaire doelen dragen bij aan het bereiken van je kerndoel.

Video is een uitstekend medium om jouw verhaal te vertellen, om jouw visie aan je klant of doelgroep te laten zien. Maar het heeft geen zin om tijd en geld te investeren in mooie video's als je niet weet waarom. Wil je *brand awareness* creëren rondom jouw merk, omdat men

je bedrijf of merk niet herkent? Of wil je dat bezoekers niet meteen wegklikken op je website, maar langer blijven? Of wil je wel gewoonweg de *video views* omzetten in sales?

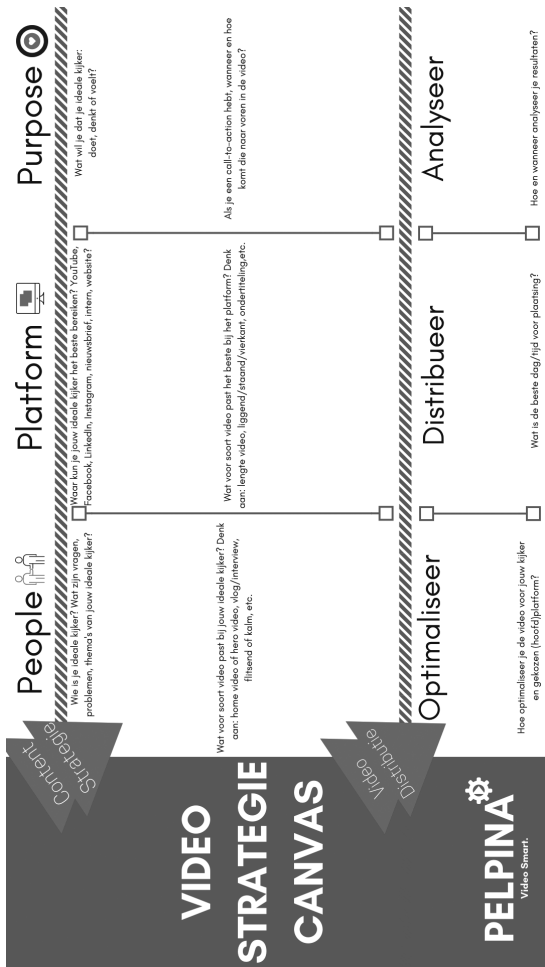
Denk goed na over je kerndoel en het specifieke, meetbare businessdoel van je video: aantal views, downloads, awareness, shares, links, sales enzovoort. Als je niet weet wat je doel is, kun je nooit weten of je investering de moeite waard is geweest.

Om je op weg te helpen met je videovisie, heb ik een videostrategiecanvas ontwikkeld (zie pagina 16). Je kunt dit canvas ook downloaden op mijn website pelpina.nl.

Het invullen van het canvas is niet ingewikkeld. Het kan je inzicht geven in je doelen en je videostrategie. Ik laat je nadenken over drie P's: People, Platform, Purpose.

People

Probeer altijd te beginnen met jouw *people*: jouw ideale kijkers. Maak dus niet alleen vanuit je bedrijf een video omdat je bijvoorbeeld meer keukens wilt verkopen. Denk eerst na over jouw ideale kijker. Wie wil je bereiken met jouw video? Dus wie zou jouw keukens kopen?



Wat gaat er om in de wereld van jouw ideale kijker: wat zijn bekende vragen, problemen, thema's? En waar zou je goed video's over kunnen maken?

Zijn er bijvoorbeeld bepaalde vaak terugkerende vragen van klanten die zich uitstekend lenen voor een FAQ-videoserie? Of zijn er bepaalde thema's die binnenkort spelen waar je heel mooi een video (of een videoserie) rondom zou kunnen maken?

Platform

Als je weet wie je ideale kijkers zijn, weet je waarschijnlijk ook waar je je kijkers kunt bereiken. Waar communiceren jouw kijkers? Waar 'leven' ze online? Kun je ze het beste bereiken op LinkedIn, YouTube, Instagram of Facebook? Wellicht via je nieuwsbrief? Of Whatsapp?

Purpose

Wat is het doel van je video? Wat gaan jouw ideale kijkers doen als ze de video hebben gezien? Wil je graag dat de kijker ergens op klikt, een foto instuurt, of naar een website gaat? Laat dat dan heel duidelijk naar voren komen in de video. Bedenk van tevoren hoe jouw 'call to

Wil je gezien worden? Maak dan een video. Video's zijn het populairste online medium. Maar hoe plan je een zakelijke video? Hoe zorg je voor goede audio? En een video editen, kun je dat zelf? In dit praktische boek leer je in vijf stappen zelf zakelijke video's maken.

Pelpina Trip is consultant, trainer en spreker. Ze adviseert bedrijven hoe ze zichzelf beter op de kaart kunnen zetten met aantrekkelijke video's. Met haar eigen videoproduktiebedrijf maakt ze video's in opdracht.

Weinig tijd, maar veel ambities? Informeer jezelf snel en grondig met de boeken in de serie *Digitale trends en tools in 60 minuten*.

