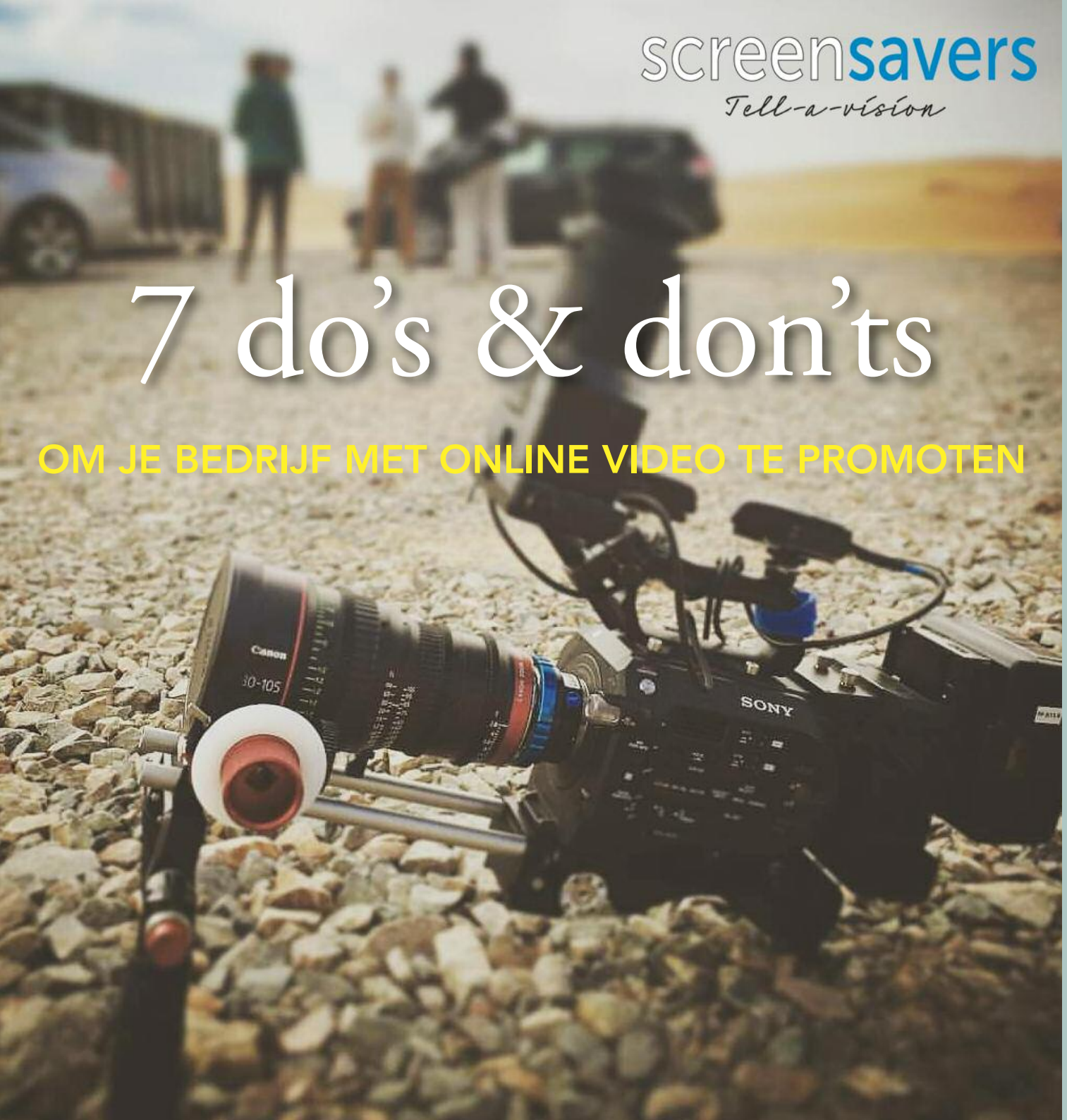

screensavers
Tell-a-vision

7 do's & don'ts

OM JE BEDRIJF MET ONLINE VIDEO TE PROMOTEN

Video is in dit digitale en online tijdperk een onmisbaar instrument geworden om je bedrijf, merk, dienst of product een boost te geven. Om mensen in beweging te brengen en te zorgen voor interactie. Om klanten te bereiken, partners aan te spreken, uw zaak te promoten. De voordelen en mogelijkheden van video zijn eindeloos.

Online video is één van de beste manieren om mensen te prikkelen met nieuwe ideeën of concepten en om ze te overtuigen van uw passie, vakmanschap en professionaliteit. Bijvoorbeeld via uw website of via sociale media zoals Facebook, Twitter en Instagram.

Dat kan met een klassieke achter-de-schermen corporate video, testimonials van gedreven medewerkers en tevreden klanten, prikkelende teasers, productvideo's of evenementvideo's.

U weet niet goed hoe u hieraan moet beginnen? Daarom hebben wij, op basis van onze jarenlange ervaring, voor u alvast 7 tips opgelijst om succesvol met video aan de slag te gaan.

#1 Maak een plan

don't

Een video (laten) maken zonder duidelijk plan, gewoon omdat video's 'in' zijn. Communiceren als je niks te vertellen hebt, dat is zinloos.

do

Begin bij het begin: bepaal het doel van je video. Welk effect wil je met het maken van een video bereiken? Mensen overtuigen van je vakmanschap, naamsbekendheid verkrijgen bij een nieuw publiek, een nieuwe dienst/product promoten, je expertise aantonen en delen met (potentiële) klanten, acties in de kijker zetten, tonen wat je te bieden hebt, je onderscheiden van concurrenten door je unieke aanpak te tonen, … Maak dit zo concreet mogelijk.

#2 Kies je doelpubliek

don't

Probeer geen video te maken die iedereen goed vindt. Wanneer je met je video een te grote groep mensen wil bereiken, zal niemand zich aangesproken voelen. Smaken verschillen. En dat is goed.

do

Focus op een groep mensen waar de kans groot is dat ze geïnteresseerd zijn in wat je te bieden hebt en maak je video op maat van je doelpubliek. Je kan verschillende video's maken naargelang wie je wilt bereiken. Denk hierbij ook aan bestaande klanten en probeer deze in verschillende profielen te categoriseren. Tot welke leeftijdscategorie behoren ze? Welke interessegebieden hebben ze zoal? In welke van onze producten/diensten zijn ze geïnteresseerd? Je vindt nieuwe klanten bij mensen met gemeenschappelijke interesses als je huidig cliënteel.

#3 Vertel je verhaal

don't

Maak geen film zoals die van je concurrent, dan val je niet op. Je geeft de indruk dat je niks nieuws te vertellen hebt.

do

Vertel jouw unieke verhaal. Je runt je bedrijf met trots en steekt er veel energie in. Je hebt een eigen visie en stijl. Breng dit over in je video. Vertrek vanuit jouw ervaringen, wat jouw interesseert, waarom je dit doet, hoe je mensen wilt helpen met je product of dienst. Deel je enthousiasme en toon je passie.

#4 Focus

don't

Probeer niet alle informatie en al je troeven in één video samen te brengen. Wanneer je als kijker overspoeld wordt met informatie, is de kans groot dat er niks blijft hangen.

do

Focus op één boodschap, één onderwerp, één product of dienst waarover je iets wilt vertellen. Wat wil je dat de kijker aan het eind onthoudt?

#5 Hou het dynamisch

don't

Meer minuten en seconden staan niet noodzakelijk voor meer kijkers en meer effect. Maak je video niet langer dan nodig. De pauzeknop is slechts één muisklik verwijderd: mensen haken af wanneer iets te lang duurt, niet boeiend is of wanneer je in herhaling valt.

do

Kies de lengte van de video in functie van de boodschap en de stijl van de video. Niet al je video's hoeven dezelfde lengte te hebben. Soms volstaan 30 seconden. Soms heb je enkele minuten nodig om je boodschap goed over te brengen. De dynamiek van een video is bepalend voor het juiste gevoel en het succes. Bovendien heeft elk online kanaal, zoals een website, Facebook, Instagram, Youtube, zijn eigen vereisten.

#6 Gebruik emotie

don't

Een bedrijfsvideo is geen powerpointpresentatie of lezing: dus geen zakelijke uiteenzetting, geen overrompeling van cijfers en statistieken, geen afgelikte verkoopspraatjes. Daar zijn andere gelegenheden voor.

do

Speel in op emotie. Dit wil niet zeggen dat je video de kijker moet doen huilen. Wel moet de kijker iets voelen na het bekijken van je video. Met een vleugje humor, verwondering of verbazing blijft je boodschap beter hangen. De kijker zal zich dan geïnspireerd voelen, zich misschien zelfs herkennen in het verhaal en vooral: hij is nieuwsgierig naar meer.

#7 Go pro

don't

Ga niet zelf filmen en monteren, hoe makkelijk dit met de huidige technologie zoals een smartphone of tablet ook lijkt. Een verhaal sterk vertellen met beelden is een vak.

do

Een professionele video kan op een heldere en visueel aantrekkelijke manier de kijker informeren. Superieure beeldkwaliteit, montageritme, professionele voice-over en de juiste muziek: ze zorgen voor de juiste uitstraling en impact. Verschillende budgetten bieden verschillende mogelijkheden. Met het budget van een Deux-Chevaux kan je ook geen Rolls Royce kopen, met video is dit net hetzelfde. Check zeker de verschillende opties. Een professioneel team kan je hierbij al vanaf je eerste ideëen helpen.

Waarom heb je video nodig?

1. Versterk het imago van je merk of bedrijf op een persoonlijke manier.
2. Vergroot je geloofwaardigheid en creëer een community en een online conversatie.
3. Zorg voor meer vertrouwen in je dienst of product door je expertise te tonen.
4. Win nieuwe klanten en overtuig sceptische geïnteresseerden.
5. Hergebruik videocontent voor presentaties en marketingacties.

screensavers
Tell-a-vision

Krijg gratis advies en een offerte op maat. Wij bekijken samen met jou de mogelijkheden om je bedrijf met video te promoten.

bart@screensaversfilms.com
mariska@screensaversfilms.com

+32 474 98 91 00