

Inhoud

Inleiding	9
Hoofdstuk 1: Waarom vloggen?	11
Waarom vlog je als bedrijf?	12
Wat heb je niet nodig om te vloggen?	13
Wat heb je wel nodig om te kunnen vloggen?	13
Tien redenen om te vloggen	14
Voor wie ga je vloggen?	17
Hoofdstuk 2: Waar gaat jouw vlog over?	21
Hoe past vloggen binnen jouw marketingstrategie en marketingplan?	23
Kies een niche	24
Heb je genoeg te vertellen over jouw onderwerp?	24
Welke doelgroep wil je bereiken met vloggen?	25
Op welke kanalen ga je jouw vlog tonen?	26
Contentkalender voor jouw vlog	26
Hoe vaak ga je vloggen?	31
Tone of voice vlog	32
Hoofdstuk 3: De basismaterialen en -technieken	33
Hoe lang duurt een vlog?	33
Wat voor camera gebruik je?	35
Wat heb je verder nodig?	37
Belichting	39
Wat in jouw omgevingscheck moet zitten	42
Hoofdstuk 4: Je vlog opnemen	47
Voor je live gaat: oefenen met vloggen	47

De klassieker: de spiegel	48
Film testmateriaal	49
Hoe kom je over op de camera?	50
Gebruik je wel of niet een script?	52
Gebruik je meerdere standpunten?	54
Microfoon en plopkap tijdens opnames	56
Extra beelden maken	56
Iemand anders laten filmen, goed idee?	57
Meer vloggers in een vlog	57
Hoe beter het beeldmateriaal, hoe minder montagewerk	58
Hoofdstuk 5: Je vlog monteren	59
Beelden vooraf bekijken	59
Muziek uitzoeken	60
Ruwe montage	63
Beeldmateriaal verzamelen	63
Introfilmpje en endcard	63
Je vlog editen met een Mac	68
Je vlog editen met een pc	70
Je vlog editen met Android	71
Je vlog editen met een iPhone of iPad	77
Hoofdstuk 6: Je vlogkanaal inrichten	81
Wanneer zet je de vlog online?	81
Vlogs alleen voor medewerkers?	82
Welk kanaal kies je voor je vlog?	82
Een YouTube-kanaal aanmaken	83
Opmaak logo en achtergrond	84
Optimaliseer de titel	87
Kies de juiste still	91
Eindig altijd met een call-to-action	91
Een eigen URL voor jouw YouTube-kanaal	92
Slim ondertiteling maken	92
Komt het bedrijf in de vlog terug?	95

Live vloggen	96
Live vloggen en jouw YouTube-kanaal	98
Live-video op Twitter	98
Facebook Video	100
Maak een goede beschrijving van de video	103
De intro maakt het verschil	103
Instagram	104
Snapchat	113
Hoofdstuk 7: Je kijkers	117
Bind kijkers aan je vlog	117
Wanneer voel jij je als kijker aangesproken?	118
Van kijker naar abonnee	118
Vraag je kijkers om feedback	119
Hoe ga je om met comments?	120
De vlog promoten	120
Hoofdstuk 8: Samen met collega's vloggen	127
Eén regiehouder	127
Voordelen en valkuilen van meerdere vloggers	128
Hoe bepaal je wie wel en wie niet?	129
Vloginstructie	130
Persoonlijk versus zakelijk	130
Verschillende soorten vlogs	131
Wie is verantwoordelijk?	131
Hoofdstuk 9: De grootste valkuilen voor vloggers	133
Publiek niet betrekken	133
Niet naar input luisteren	134
Te commercieel	134
Geen duidelijk onderwerp	135
Niet in de camera kijken	135
Niet consistent vloggen	136
Jij vakantie, vlog vakantie	137

Hoofdstuk 10: 10 tips voor promotie van je vlog 139

Live-event	140
Offline	140
Gastvloggen	140
Sponsored content	140
Interactie	141
Interne kanalen	141
Embed je video's op je bedrijfswebsite	142
Tag iedereen die in je vlogs voorkomt	142
YouTube-advertenties	142
YouTube Fan Finder	143

Inleiding

Dus jij wilt vlogger worden. Of misschien ben je al een vlog begonnen en heb je dit boekje gekocht om meer te leren over vloggen. Vloggen is enorm gegroeid de afgelopen jaren. Omdat het steeds makkelijker geworden is om te vloggen: met alleen je smartphone kun je al een vlog maken. En ook omdat het maken van een vlog een leuke nieuwe manier is om jouw kennis en enthousiasme over een onderwerp te delen met de wereld. De combinatie van beeld en geluid maakt een vlog aantrekkelijk. Een andere reden van het succes van vloggen is dat de meeste vlogs niet uitgebreid gemonteerd zijn, waardoor een vlog de kijker het gevoel geeft een eerlijk beeld te krijgen van de persoon die vlogt. Een vlog is dus iets heel anders dan een gelikt bedrijfsfilm-je. Perfectie is juist niet het doel van een vlog.

De herkomst van het woord 'vlog' is nogal ingewikkeld. Het is afgeleid van 'blog', en het woord blog is weer een afkorting van 'weblog', Engels voor web-dagboek. De 'v' in vlog staat natuurlijk voor video, een vlog is dus niets meer dan een videodagboek. Maar wat is nou het verschil tussen een vlog en een gewone video? Een vlog staat online, meestal op YouTube, maar je kan ook via andere kanalen vloggen.

Een vlog is onderdeel van een serie, het is tenslotte een 'dagboek'. Een vlog wordt meestal opgenomen door de vlogger zelf, vanuit de hand, met de camera op selfie-stand. De laatste tijd zie je op YouTube ook steeds meer vlogs waarbij een cameraman is ingezet, dus deze regel zal misschien op den duur verschuiven.

Een vlog beginnen is niet zo moeilijk; de grootste uitdaging is het vloggen volhouden. Dit boekje helpt je om te beginnen met vloggen, maar ook om van je vlog een succes te maken!

Over dit boekje

In dit boekje ligt de nadruk op praktische tips, trucs en technieken om als vlogger een goede start te maken. Je leert hoe je een vlog opneemt, monteert en publiceert, en hoe je jouw vlog bij het juiste publiek krijgt. Iedereen die kan praten, kan vloggen. Maar hoe zorg je dat je vlogs veel bekeken worden, en dat je zelf het vloggen leuk blijft vinden? In dit boekje leer je er alles over, en natuurlijk komen alle technische aspecten van het vloggen aan bod: monteren, scripts gebruiken, je kanaal inrichten en veel meer.

De pictogrammen

Dit boek is ingedeeld in hoofdstukken, met veel lijstjes en kaders. Bovendien staan er in de kantlijn vaak pictogrammen.



BELANGRIJK

Dit is belangrijk om te weten, check in ieder geval deze tekstjes even als je van plan bent de rest van een hoofdstuk over te slaan.



PAS OP

Veelgemaakte fouten, of fouten die gelukkig niet vaak gemaakt worden maar die wel verschrikkelijke gevolgen hebben.



TECHNISCHE
INFO

De technische kant van vloggen: je houdt ervan of je haat het. In het laatste geval kan je de tekstjes met dit pictogram rustig overslaan.



TIP

Een praktische tip om je vlog nóg beter te maken.

Hoofdstuk 1

Waarom vloggen?

Ben jij geschikt als vlogger? Heel veel potentiële vloggers haken af of beginnen nooit, omdat er allerlei ideeën in de weg staan. Misschien heb je zelf ook weleens een van de volgende gedachten:

- » Ik kom nooit goed over op beeld.
- » Mijn stem klinkt raar op video.
- » Ik heb niet genoeg te vertellen.
- » Pas wanneer we helemaal duidelijk hebben hoe video in ons beleid past gaan we starten.
- » Ik heb geen tijd voor een vlog.
- » Ik ben te oud om te vloggen.
- » Dat is veel te technisch voor mij.

Het is zonde om je door deze of andere argumenten te laten tegenhouden, of omdat je denkt dat de vlog er perfect uit moet zien. Vloggen is juist iets wat iedereen kan. Een vlog is geen plaatje met veel voorbereiding en montage achteraf. De kracht van vlogs is juist dat er geen perfect plaatje gepresenteerd wordt, maar een realistisch beeld van een situatie. Na het lezen van dit boekje weet je precies hoe je vloggen aan moet pakken en is de techniek voor jou geen uitdaging meer.



Als je het spannend vindt om te beginnen met vloggen, bedenk dan: je hoeft je vlog pas online te zetten als je er zelf tevreden over bent.

Waarom vlog je als bedrijf?

Voor je de vraag kan beantwoorden waarom je als bedrijf wilt vloggen is het belangrijk om duidelijk te hebben wat het ‘waarom’ is van jouw bedrijf. Marketinggoeroe Simon Sinek is bekend geworden met de ‘Golden Circle’: *why, what, how*. Ieder bedrijf heeft een ‘why’, ook jouw bedrijf: waarom doen jullie wat je doet? Het waarom staat volgens Sinek voor het doel. Waarom staat voor jouw drijfveer. Wat wil je bereiken? Volgens Sinek overtuig je mensen door niet te zeggen *wat* je doet maar *waarom* je het doet. Waarom bestaat jouw organisatie en wat maakt het voor verschil voor anderen?

Vloggen is een middel om jouw *why* aan je publiek te laten zien. Door te vloggen vanuit het waarom in plaats van het wat of hoe, maak je de vlogs authentieker, geloofwaardiger en heb je veel meer om over te vloggen. Door vanuit het waarom te vloggen kun je nog steeds vlogs maken over de producten of diensten die je aanbiedt, of over lanceringen van nieuwe producten of diensten.

Doordat de insteek van de vlog net anders is, heb je een authentieke vlog in plaats van een verkoopvlog.

Wat heb je niet nodig om te vloggen?

Om te vloggen heb je minder nodig dan je denkt. Hier een overzicht van de dingen waar je prima zonder kan:

- » de perfecte apparatuur;
- » heel veel ervaring met het maken van video;
- » een modellenwaardig lijf/hoofd;
- » een stem die als honing klinkt;
- » een geboortedatum na 1990;
- » veel tijd;
- » 600 pagina's script.



TIP

Het beste moment om te beginnen met vloggen is: binnen 48 uur nadat je dit boekje uit hebt. Je hebt dan alle kennis die je nodig hebt gelezen en bij de hand. Er is nooit een perfect moment om te beginnen. Wanneer je langer vlogt zul je ook zien dat je vlogs steeds beter worden. Dat is alleen mogelijk... juist, wanneer je begonnen bent!

Wat heb je wel nodig om te kunnen vloggen?

Het belangrijkste ingrediënt voor een succesvolle vlog is enthousiasme. Wanneer jij vol enthousiasme vertelt over het onderwerp

waar je over vlogt, neem je kijkers automatisch mee in het verhaal. Daarnaast heb je nodig:

- » een onderwerp;
- » een camera. Dit kan prima de camera van een smartphone zijn;
- » een videobewerkingsprogramma;
- » een account waar je de video's uploadt;
- » een internetverbinding om de video te uploaden.

Je ziet, de basis om een vlog te maken heb je al!

Tien redenen om te vloggen

Misschien heb je al een hele duidelijke reden waarom je wilt gaan vloggen. Of misschien weet je dat je iets wilt doen met vloggen, maar weet je nog niet zo goed waarover. Mogelijke redenen om te beginnen met vloggen zijn:

1. Contact maken met jouw doelgroep.

Vloggen is een ideale manier om in gesprek te gaan met jouw doelgroep. Stel vragen, nodig uit om te reageren. Het is wel belangrijk dat je een duidelijke vraag stelt zodat het makkelijk is om te reageren. Met een vlog kun je jouw bedrijf volwaardig maken. Hiermee krijgt jouw publiek voortdurend de bedrijfsboodschap onder ogen.

2. De cultuur van het bedrijf overtuigend in beeld brengen.

Vloggen geeft niet alleen een beeld van de vloggende medewerkers, maar ook van de bedrijfscultuur. Je stelt de deuren van het

bedrijf open voor iedereen die het wil zien. Ook geeft de *tone of voice* waarmee medewerkers vloggen een idee van de bedrijfscultuur. Wordt er bijvoorbeeld met 'je' of 'u' aangesproken? Hoe gaan medewerkers met elkaar om? Zie je verschillende lagen van het bedrijf of alleen de vlogger en zijn of haar directe collega's?

3. Nieuwe medewerkers vinden.

Vloggen is een ideaal middel om in te zetten voor jouw personeelsbeleid. Door medewerkers te laten vloggen over het werk en de werkomgeving krijgen sollicitanten een duidelijker beeld hoe het bedrijf eruit ziet dan wanneer je alleen een advertentietekst plaatst. Laat verschillende medewerkers op de plek waar ze werken vertellen, zodat sollicitanten direct een beeld krijgen van toekomstige collega's en van de werkomgeving.

4. De merkidentiteit vergroten.

Op bijna alle bedrijfswebsites vind je een missie en visie of bedrijfswaarden. Door te vloggen laat je zien dat je hier ook echt achter staat. Noem je bijvoorbeeld dat de bedrijfscultuur informeel is en er elke dag met elkaar geluncht wordt? Door medewerkers te laten vloggen tijdens zo'n lunch breng je overtuigend over dat het niet alleen mooie woorden zijn.

5. Vertrouwen van bestaande en nieuwe klanten vergroten.

Vloggen is een slim en laagdrempelig middel om het vertrouwen van bestaande en nieuwe klanten te vergroten. Je laat letterlijk zien wie je bent en waar je voor staat. Medewerkers krijgen een gezicht, de bedrijfscultuur wordt voor iedereen zichtbaar en je geeft een kijkje in de keuken.