



De kleine
Videomarketing
voor
dummies[®]

Gerda van Galen



BBNC
uitgevers

Amersfoort, 2019

Inhoud

Inleiding	9
Hoofdstuk 1: Wat is videomarketing?	13
De definitie	13
Waarom wil je videomarketing inzetten?	14
Wat heb je niet nodig voor videomarketing?	15
Wat heb je wel nodig?	16
Vijf redenen waarom je vandaag nog wilt beginnen	17
Tien (iets meer) ideeën voor video in jouw bedrijf.	18
Hoofdstuk 2: Videomarketing binnen jouw bedrijf.	21
Binnen visie en missie.	21
Het waarom van jouw bedrijf	22
Integreren in een bestaand plan	23
Wat is het doel?	24
Jouw doelgroep	25
Videomarketing toepassen in de buyer journey	26
Fases van de buyer journey.	27
Videomarketing op korte én lange termijn een plek geven	30
Video vaker laten terugkomen	32
Een goede videostrategie maken	33
3H-model zelf toepassen	35
Hoofdstuk 3: Voor je begint.	39
Wat is het videomarketingbudget?	39
Hoe bepaal je wat je besteedt per video?	40
Tien tips om videomarketing zuinig in te zetten	41
Welke video heeft prioriteit?	45

Uitbesteden of zelf doen?	45
Vloggen versus videoproductiebedrijf	46
De belangrijkste do's en don'ts	46
Hoofdstuk 4: Aan de slag	49
De brainstorm vooraf	49
Een videoscript schrijven	51
Horizontaal of verticaal?	53
De juiste locatie(s)	54
Wie zijn er nodig?	55
Van collega's filmsterren maken	56
Welke materialen heb je nodig?	57
Waar moet je op letten als je een videobedrijf kiest?	58
Vragen aan het videoproductiebedrijf	60
De tien grootste valkuilen	63
Hoofdstuk 5: Video is af! En nu?	65
Eerste versie bespreken met videoproductiebedrijf	65
Finale versie: aandachtspunten	68
Video uploaden: waar?	69
Beste moment om live te gaan	70
Video delen via social media	70
Live video via social media?	71
Live video en jouw YouTube-kanaal	72
Live video op Twitter	73
Facebook en video	75
Video intern delen	78
Hoofdstuk 6: Contentmarketing	81
Wat is contentmarketing?	81
Videomarketing en content	82
Gouden combi: blog en video	85
Video en doelgroep bij elkaar brengen	85
Hoe sterk is jouw kanaal?	91

Hoofdstuk 7: Promotie	93
Video op jouw website	93
Video in de nieuwsbrief	94
Social media	94
Adverteren met video?	96
Een campagne opzetten	98
Van kijker naar fan naar loyale fan	99
Van kijkers naar promotors	101
Hoofdstuk 8: Meten van jouw succes	103
Wat is slim om te meten?	103
Meetcriteria	105
YouTube-cijfers lezen	107
Facebook-cijfers lezen	108
Google Analytics gebruiken	109
Cijfers verzameld - hoe maak je een goede analyse?	112
Welke cijfers presenteer je?	113
Hoofdstuk 9: Hoe krijg je meer kijkers?	115
Meer abonnees krijgen	115
Video's promoten	118
Afspeellijsten maken	119
Reageren op commentaar	119
Hoofdstuk 10: Vlogs en video's combineren	121
Verschillen	121
Voordelen van combineren	122
Valkuilen van combineren	122
Vloggers in videoproductie?	123
Hoofdstuk 11: De laatste ontwikkelingen volgen	125
YouTube Creator Academy	126
Think with Google	126
Frankwatching	127
Emerce	127

Kimberly Ann Jimenez	127
Moz.....	128
Extra tip: Gary Vaynerchuck.....	128
Hoofdstuk 12: Hulpmiddelen voor een vliegende start.....	129
Canva.....	129
Trello	131
YouTube Studio	132
Evernote	132
Wunderlist.....	134
Pixlr	134
Hootsuite.....	135
Later.com	135
WiseStamp: de laatste video in jouw e-mailhandtekening	136
Pomodoro/FocusMe	137
Hoofdstuk 13: Tien trends in video	139
Trend 1: live video	140
Trend 2: video met telefoon	140
Trend 3: vlogs op blogs.....	140
Trend 4: 360 graden video.....	140
Trend 5: VR	141
Trend 6: online training	141
Trend 7: video als online verkoopkanaal.....	141
Trend 8: video wordt SEO-vriendelijk.....	142
Trend 9: video 'wint' het van tv	142
Trend 10: video is overal	142
Index	143

Inleiding

Videomarketing is hot. Desgevraagd geven negen van de tien ondernemers aan 'iets' met video te doen of te willen doen. Gemiddeld besteden we een uur per dag aan het kijken naar video's. Kansen dus! Wil jij ook iets met video, maar zie je door de bomen het bos niet meer? Of zie je mogelijkheden maar moet je ze nog uitvoeren? In dit boekje leer je alles wat je moet weten over videomarketing.

Waarom is video zo'n succes (geworden) op internet? Omdat het voor elk onderdeel van je bedrijf helpt om doelstellingen te behalen. Denk niet alleen aan sales, maar ook aan HR, interne communicatie, klantenservice en de ontwikkeltak van je bedrijf.

Het grootste voordeel van videomarketing is dat je jouw bedrijfsverhaal kunt vertalen naar een format dat geschikt is voor video. Je brengt het verhaal van het bedrijf tot leven en brengt het op een laagdrempelige manier bij de doelgroep. Hierbij kun je verschillende verhalen, bijvoorbeeld over het bedrijf en de verschillende producten en diensten die je aanbiedt, in verschillende video's aan bod laten komen.

Video is een van de meest gedeelde vormen van content die je kunt maken. Daarbij bereik je met video niet alleen bezoekers van je website of lezers van je nieuwsbrief. YouTube is voor steeds meer mensen de eerste of tweede zoekmachine. Door je video's op YouTube te zetten, vergroot je dus het bereik van je bedrijf en de kans dat je door jouw beoogde doelgroep(en) gevonden wordt.

Het woord videomarketing is een samensmelting van video en marketing. Video's die je promoot via marketing. Dit betekent dat het meer is dan alleen het maken van een goede video. Je hebt de juiste marketing nodig om te zorgen dat de video's ook het publiek bereiken dat jij wilt bereiken.

Succesvolle videomarketing is dus ook meer dan één keer een video maken en die goed promoten. Om succes te bereiken moet je nadenken over de doelgroep die je wilt bereiken en wanneer de video's voor jou een succes zijn. Je maakt dus verschillende video's die onderdeel zijn van een serie. Dat kan een serie zijn verdeeld over je hele bedrijf, maar ook een serie voor een specifieke afdeling.

Om maar meteen een van de grootste vooroordelen over videomarketing uit de weg te ruimen: aan videomarketing kun je prima meetbare doelstellingen hangen. Het is wel belangrijk om van tevoren goed een keuze te maken waar je videomarketing voor in wilt gaan zetten.

Voor je een video gaat maken, moet je nadenken over een goed videoconcept. Dit kan alleen, maar ook samen met het productiebedrijf. Vervolgens heb je een videoproducent nodig om de video's te maken. Om je video goed in de markt te zetten, heb je dus goede video's nodig, maar ook kennis van contentmarketing, zoekmachineoptimalisatie en videodistributie. Geen zorgen, na het lezen van dit boekje heb jij die kennis in huis!

De pictogrammen

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



BELANGRIJK

Dit is belangrijk om te weten, check deze tekstjes even als je een hoofdstuk overslaat.



PAS OP

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



TECHNISCHE
INFO

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



TIP

Een praktische tip om je video nóg beter te maken.

Wat is videomarketing wel en niet?**Waarom wil je videomarketing?****Wat heb je wel en niet nodig?****Boodschappenlijstje****Vijf redenen waarom je vandaag nog wilt beginnen**

Hoofdstuk 1

Wat is videomarketing?

Wat is nou precies videomarketing? Wat zijn de mogelijkheden? Wat heb je er wel of niet voor nodig? Waarom wil je vandaag nog beginnen met videomarketing? De antwoorden op deze vragen vind je in dit hoofdstuk.

De definitie

Videomarketing is al een paar jaar trending en de trend zet door. Videomarketing is simpel gezegd het in de markt zetten van video. Als je gaat zoeken op videomarketing zul je zien dat er ook andere zaken onder videomarketing vallen die er wel mee te maken hebben, maar het niet per se zijn.

Als je googelt op videomarketing zul je bijvoorbeeld veel video-productiebedrijven vinden. Zij hebben vooral ervaring met het maken van video's, maar vaak minder met het promoten van video's.

Om verwarring te voorkomen is het goed om te weten wat er allemaal komt kijken bij videomarketing.

Effectieve videomarketing begint altijd met een duidelijke reden waarom. Waarom wil je video inzetten? Wie vormen je beoogde doelgroep en welk resultaat wil je met de video behalen? Wil je bijvoorbeeld onder een nieuwe doelgroep je naamsbekendheid vergroten? Of wil je met de video een nieuw product introduceren bij bestaande klanten? Twee voorbeelden van heel verschillende manieren waarop je videomarketing in kunt zetten met een heel ander beoogd resultaat.

Door van tevoren goed na te denken waarom je video wilt gebruiken, voor wie en wanneer je tevreden bent met het resultaat, kun je veel effectievere video's maken.

Waarom wil je videomarketing inzetten?

Video is geen nieuwigheidje meer, maar een bewezen effectief communicatiemiddel. Video boeit. Niet alleen je kleine neefje die vlogs kijkt, maar ook iemand die werkzaam is in een leidinggevende functie bekijkt vaak eerder video dan dat hij of zij tekst leest. Verschillende onderzoeken hebben dit uitgewezen.

Video zorgt er, als je het goed doet, ook voor dat de boodschap die je overbrengt langer onthouden wordt. Mensen die een video

bekijken, onthouden de boodschap beter én langer dan wanneer ze puur tekst lezen. Win-win dus!

Daarnaast spreek je met video niet alleen ratio, maar ook emotie aan. Door de combinatie van bewegend beeld en geluid bereik je beide hersenhelften. Zet dit slim in en je kunt jouw gunfactor enorm verhogen met video.

Wat heb je niet nodig voor videomarketing?

Veel mensen denken bij het inzetten van video aan het verdubbelen van het marketingbudget. Niet nodig, in de praktijk valt het heel erg mee wat je nodig hebt voor videomarketing. Het meest essentiële is dat je weet waarom je video wilt inzetten, voor wie en welk resultaat je wilt bereiken.



Onthoud het trio ‘waarom’, ‘wie’ en ‘wanneer geslaagd’ als basis voor videomarketingsucces.

Wat je niet nodig hebt is een bak aan video-ervaring. Je hoeft zelf geen verstand te hebben van camera's, montageprogramma's of de laatste video-ontwikkelingen. Daarvoor zet je, als je dat wilt, een videoproduktiebedrijf in.

Je hoeft ook niet zelf achter de camera. Het is handig wanneer je al een uitgewerkt idee hebt over wat je ongeveer wilt, maar ook daarvoor kun je goed gebruikmaken van de expertise van het videomarketingbedrijf.