

MASTERCLASS

BLAUWDRIJK VOOR

SUCCESSVOLLE

VIDEOMARKETING

**Compleet praktisch stappenplan
voor DIY videomarketing**



Inleiding

Wil je producten of diensten succesvol online verkopen, dan zijn de mogelijkheden eindeloos. Webinars, nieuwsbrieven, SEO of influencer marketing: wat zet je in? Videomarketing is interessanter dan ooit.

Nieuwe generaties zijn vergroeid met hun mobiele telefoon en kijken constant online video's. Maar ook ouderen lezen steeds minder. De populariteit van video zit dan ook al jaren in de lift. In 2021 was dit gemiddeld 18 uur per week, blijkt uit cijfers van videobedrijf Wyzowl. Dat is ruim 2 uur per dag, en bijna een verdubbeling ten opzichte van 2018.

Videomarketing is kortom booming en de kansen liggen voor het oprapen. Maar daarin schuilt ook een groot gevaar.

Want: waar begin je?

In deze Blauwdruk voor succesvolle videomarketing neem ik je bij de hand. Ik laat je precies zien waarom je videomarketing wilt inzetten en vooral hoe je dat doet. Praktisch, laagdrempelig en resultaatgericht. Want je wordt pas echt succesvol met video als je gewoon begint.

Aan het einde van deze cursus kent videomarketing voor jou geen geheimen meer. En kun je direct aan de slag met het maken, monteren en promoten van succesvolle vlogs en video's. Of je ze nu zakelijk of privé maakt. Laten we daarom direct van start gaan!



Op jouw succes,



Niels de Groot

Pro Motion Film

P.S. Deze cursus is bedoeld voor iedereen die meer resultaat wil halen uit video. Of dit nu zakelijk of privé is. De uitgangspunten zijn voor iedereen hetzelfde: meer views, abonnees en gewenste acties.

Inhoudsopgave

I. De basis van videomarketing	6
<u>Wat is videomarketing</u>	6
<u>Wat zijn de voordelen van videomarketing?</u>	8
<u>Zo begin je met videomarketing</u>	11
<u>Experimenteer met verschillende soorten video's</u>	17
II. Bepaal je strategie	19
<u>Begin altijd met een plan</u>	19
<u>Vertel een groter verhaal</u>	21
<u>Leid kijkers door de customer journey</u>	23
<u>Zo maak je altijd ijzersterke marketingvideo's</u>	25
<u>Wat je moet weten over het meten van video's</u>	29
<u>Video's meten? Bepaal de juiste indicatoren</u>	32
III. Soorten video's die je kunt maken	34
<u>Tijd voor actie: deze video's kun je maken</u>	34
<u>Video's voor de See-fase</u>	34
<u>Video's voor de Think-fase</u>	37
<u>Video's voor de Do-fase</u>	38
<u>Video's voor de Care-fase</u>	40
<u>Zo maak je een video van 1 minuut</u>	41
<u>Bedenk ijzersterke videoformats</u>	44
<u>Verkoop sneller en meer met video's op</u> <u>landingspagina's</u>	47
<u>Zo maak je een video voor je landingspagina</u>	48

<u>Waar moet je verder op letten bij video op een landingspagina</u>	53
<u>IV. Waar en wanneer deel je video's?</u>	55
<u>YouTube, Vimeo of toch TikTok: waar kun je je video's het beste plaatsen?</u>	59
<u>Video hosten bij bekende platforms: zijn er ook nadelen?</u>	60
<u>Haal alles uit je YouTube kanaal</u>	63
<u>Video via social media: dit moet je weten</u>	67
<u>Onmisbare tips voor social media video's</u>	70
<u>Deel video via mail en nieuwsbrief</u>	72
<u>Wanneer kun je gepersonaliseerde video's inzetten?</u>	73
<u>Houd overzicht met een contentkalender</u>	74
<u>V. Laat je video's vinden met SEO</u>	77
<u>Maak je video's beter vindbaar met SEO</u>	77
<u>VI. Meet het succes van je video's</u>	82
<u>Meet de impact van je video's</u>	82
<u>Analyseer welke doelen je behaalt met video op je site</u>	84
<u>Scherp je marketingstrategie aan</u>	86
<u>Laat video voor je werken</u>	88

I. De basis van videomarketing

Wat is videomarketing?

Deze cursus gaat over videomarketing, maar wat is dat precies? Een korte uitleg.

Wikipedia omschrijft marketing als: alle activiteiten die een bedrijf uitvoert om de verkoop van producten of diensten te bevorderen. Videomarketing is precies hetzelfde, maar dan promoot je met video.

Videomarketing kun je op verschillende manieren, vormen en momenten inzetten. Zo kun je experimenteren met types video's, boodschappen, lengte en nog veel meer. Het achterliggende doel is echter steeds hetzelfde: mensen interesseren voor je producten of diensten.

Videomarketing interessant voor bedrijven en particulieren

Het inzetten van videomarketing is onmisbaar voor iedereen die wat te verkopen heeft. Of dat nu schoenen, verzekeringen of gesigneerde hoodies als vlogger zijn. Goede doelen kunnen met video's interesse wekken voor hun idealen. En scholen kunnen nieuwe leerlingen werven, door een sfeerverslag te delen.


Videomarketing is ook een heleboel niet. Zo is video geen:

- Doel op zich
- Wondermiddel
- Gemakkelijke oplossing

Goede video's maken kost tijd, energie en geld. En kijkers zijn vaak nog geen kopers, daar is meer voor nodig. Verwacht daarom niet meteen wonderen van video, hoewel er genoeg voorbeelden zijn van filmpjes die onverwacht viral gingen.

In deze cursus ontdek je hoe je video consequent inzet om je doelen te behalen, zakelijk of privé. Door de juiste dingen te doen, te herhalen en langzaam te bouwen aan je succes.

Zo haal je gegarandeerd het meeste uit videomarketing.

 **Opdracht 1.** Succesvolle videomarketing begint met realistische verwachtingen. Wie wil je bereiken met succesvolle video's? En wat wil je dat deze mensen doen? Brainstorm 3 minuten en schrijf alles op wat je te binnen schiet.

Wat zijn de voordelen van videomarketing?

Zet je videomarketing doelgericht in, dan levert dat talloze voordelen op. Dit zijn de grootsten.

1. Video werkt als filter

Mensen zijn visueel ingesteld. Dit geldt zeker voor online, waar we steeds minder lezen en ongeduldiger zijn. Videocontent op je website en sociale kanalen laat zien wie je bent, wat je doet en hoe je klinkt.

Kijkers, klanten of collega's krijgen via een video een goed beeld van jou of je organisatie. Dit spreekt ze aan of niet, en scheelt beide partijen tijd.

2. Verkoop sneller, beter en meer met video

Wil je meer verkopen, dan is het cruciaal dat je drempels wegneemt. Wat weerhoudt een geïnteresseerde van kopen? Met video neem je weerstanden weg.

Kijkers ontdekken de voordelen van je oplossing en hoe het eruit ziet of werkt. Ze zien aanbevelingen van mensen zoals zij. Of krijgen echt een gevoel bij een organisatie door een achter-de-schermen video. Video helpt zo direct en indirect bij het succesvoller verkopen.

Met Pro Motion Film hebben we ook een achter-de-schermen video gemaakt, zodat geïnteresseerden ons leren kennen en zien waar we dagelijks zoal mee bezig zijn. Als kijker loop je mee van project naar



project. Na het zien van de video voel je je direct veel meer betrokken.



[Klik hier om de video te bekijken.](#)

3. Vergroot je authenticiteit

Videomarketing is persoonlijker dan het inzetten van alleen tekst of foto's. Mensen willen gezichten zien en stemmen horen. Dit geldt nog meer bij vloggers. Wie ze zijn lijkt soms belangrijker dan wat ze doen. Ze worden vaak 'echte vrienden' van hun volgers.

In video's kun je echte mensen laten zien en spreken. Dit maakt je authentiek en dat wekt vertrouwen bij de mensen die je wilt bereiken.

4. Vermaak met video's

Goede video's entertainen. Dat kan met korte clips via social media,

maar ook met lange uitlegvideo's op bijvoorbeeld YouTube. Als de inhoud interessant is, blijven geïnteresseerden geboeid kijken. Frisse en professionele video's vergroten je zichtbaarheid, reputatie en gunfactor.

5. Word expert

Mensen willen zaken doen met experts. Het maakt niet uit of je echt dé expert bent, als mensen dat gevoel maar hebben. Met video kun je dat versterken. Laat zien hoe je het probleem van een potentiële klant oplost en dat je de beste bent in wat je doet.

Een probleem kan trouwens ook verveling zijn. Geef kijkers dan het leukste vermaak en benadruk dat. "Abonneer je op dit kanaal voor nog veel meer hilarische video's."

6. Onderscheid je

Wil je klanten werven, dan moeten mensen je eerst zien. Dit lukt sneller met video. Presenteer jezelf in educatieve, grappige en waardevolle video's en benadruk wat je anders doet. Dan val je op en kiezen mensen sneller voor jou. Ze kennen je al en hebben een goed gevoel bij je.

7. Blijf vindbaar

Maak je professionele video's over tijdloze onderwerpen, dan heb je daar jarenlang plezier van. De inhoud verjaart niet en via kanalen als YouTube hebben kijkers ook over 5 jaar wat aan het onderwerp. Zo trek je nu en in de toekomst kijkers en misschien ook wel weer klanten.

8. Geef je website een SEO-boost

Zet je video bewust in, dan kan dat de vindbaarheid van je website vergroten. Google kijkt onder andere naar de tijd die bezoekers op een website spenderen. Met video kun je dat flink verlengen. Ook laat Google steeds vaker video's bij de zoekresultaten zien. Die staan op YouTube, maar klikken mensen daar door naar je site, dan heb je weer extra bezoekers.

Denk in dit kader ook aan YouTube SEO. Met de juiste video-tags en videotitel val je sneller op bij de mensen die je wilt bereiken. En hoe meer mensen je video's bekijken, hoe hoger YouTube ze weer plaatst bij de zoekresultaten.

9. Presenteer jezelf als een ijzersterk merk

Mensen zijn dol op verhalen en dit is door de eeuwen heen niet veranderd. Nike doet niet anders dan het vertellen van verhalen. Heb je geen zin in sporten? Just do it!

Met een serie videocontent kun je fantastisch bouwen aan je online community en het gevoel rond je merk versterken. Wees niet grauw en grijs, maar toon karakter en laat zien waar je echt voor staat. Dan krijg je fans.

10. Versterk je organisatie

Het maken van videocontent is heel goed is voor de teamspirit binnen je organisatie. Opnamedagen op een bedrijfslocatie of een evenement, waar trouwe fans bij aanwezig zijn, versterken de band.

Met video kun je ook meer halen uit je bestaande netwerk. Spreek je waardering uit, door ze te vragen voor een video-interview. Delen zij dit weer met hun netwerk, dan leidt dit wellicht tot nieuwe aanvragen en opdrachten.

💡 **Opdracht 2.** Waarin word jij de go to guy?

“Heb je problemen met X? Dan moet je hem of haar hebben.” In Amerika noemen ze zo iemand de go to guy, en het is ideaal als je deze positie hebt. Het levert namelijk gratis gemotiveerde bezoekers, kijkers en potentiële klanten op.

Waar in kun jij de go to guy of girl worden? Denk er een paar minuten kritisch over na en overleg het met anderen.