



SCOOR dubbel met jouw video op YouTube

ZOEKMACHINE OPTIMALISATIE
MET VIDEO

Over de auteur



Monika Krottnerus

Monika heeft haar jeugd in de bioscoop, waar haar moeder werkte, doorgebracht. Ze droomde van een studie regie, maar het werd letterkunde en marketingcommunicatie, om uiteindelijk toch weer de dagen in de bioscoop te slijten, maar nu in de eigen bioscoopzaal van haar videoproductiehuis PRezz. Monika is social media en videomarketing expert en blogt over wat je als ondernemer door middel van films kunt bereiken.

[Zie het profiel van Monika op LinkedIn.](#)

Inhoud

Introductie	03
Doeltreffende video	04
Zoekmachines	05
De juiste zoektermen	05
YouTube kanaal optimalisatie	06
Kanaalnaam	07
Kanaalpictogram	07
Bannerafbeelding	08
Kanaalbeschrijving	09
Kanaaltrailer	09
Abonnees	10
YouTube video optimalisatie	11
Bestandsnaam	12
Titel	12
Beschrijving	13
Tags	14
Miniatuur	14
Infokaarten	15
Eindschermen	16
Afspeellijsten	17
Ondertiteling	17
YouTube video promotie	19
Teasers	20
Backlinks	20
Refurbishing	21
Social Media	21
Monitoring en optimalisatie	22
YouTube Analytics	23

Introductie

Doeltreffende video

Het is gelukt. Jouw video is klaar. Nu nog alleen op YouTube plaatsen en wachten totdat het massaal bekeken en gedeeld wordt. Helaas, zo simpel is het niet. Al is jouw video heel boeiend, het moet eerst gevonden worden.

YouTube is weliswaar, na Google de tweede best bezochte website en heeft 23 miljard bezoekers per maand, die miljarden video's per dag kijken, maar... Je hebt veel concurrentie. Elke minuut wordt ruim 300 uren aan video geüpload en er zijn op internet heel veel boeiende filmpjes te vinden. Hoe zorg je ervoor dat je doelgroep jouw video vindt?



Meest bezochte websites

Het begint inderdaad met het maken van een boeiende video. Een video met een prikkelend begin, dat uitnodigt tot kijken. Een video die de aandacht van de kijker weet vast te houden. Niet te lang dus, niet te saai, dynamisch gemonteerd, met correcte belichting, mooie composities, goede geluidskwaliteit en vooral inhoudelijk interessant, tenminste voor jouw doelgroep.

In dit boek vind je informatie over wat je zelf kunt doen om jouw video beter vindbaar te maken. Kom je er niet uit? Kun je een bepaalde functie (bijv. aantekeningen of ondertiteling) op YouTube niet vinden?

We bieden ook hands-on workshops, waarin je de functionaliteit van YouTube kunt leren. [Kijk op onze website](#) of informeer via [mail](mailto:info@prezz.org) (info@prezz.org) naar de mogelijkheden.



Zoekmachines

Maar al voldoet jouw video aan deze criteria, het wordt nog niet direct een hit. Wil je veel kijkers aantrekken, dan moet je jouw YouTube kanaal en de video zelf optimaliseren voor zoekmachines. Zo kom je hoger in de zoekresultaten van Google, waardoor jouw video vaker bekeken wordt. Dat zorgt voor nog meer bezoekers op jouw website en, als gevolg ervan, voor meer naamsbekendheid, meer klanten en groter succes van jouw onderneming.

Zoekmachines zijn blind en doof. Ze lijken wat dat betreft op bezoekers met een visuele én auditieve beperking: afbeeldingen, audio en filmpjes zijn voor hen niet toegankelijk. De enige wat ze kunnen waarnemen, zijn de teksten.

Een geoptimaliseerd YouTube kanaal of video bevat daarom tekstuele alternatieven voor alle niet-tekstuele content: informatieve bestandsnamen en nauwkeurige beschrijvingen van de video's.



De juiste zoektermen

Zoekmachine optimalisatie begint altijd met de keuze van de juiste zoektermen. Internauten voeren bij een zoekopdracht één of meerdere zoekwoorden in. Bepaal eerst zo nauwkeurig mogelijk op welke woorden (én combinaties van twee, drie of meer woorden) jij gevonden wilt worden. Verplaats je hierbij in jouw potentiële klanten: wat typen zij in wanneer ze jouw type bedrijf, product of dienst zoeken?

Vind je het lastig jouw eigen zoektermen te bepalen? Tips:

- 1 Vraag jouw vrienden, collega's of (potentiele) klanten welke woorden ze in Google in zouden typen in hun zoektocht naar jouw producten.
- 2 Ga naar de site van je concurrent, die hoog in Google ranking staat, en neem de teksten van zijn website door. Welke termen worden er gebruikt?
- 3 Maak gebruik van Google Keyword Planner, Google Trends, Keyword Tool of een ander programma, zoals bijvoorbeeld Mergewords.

De zoektermen heb je straks nodig voor de bestandsnamen, titels, beschrijvingen en tags van jouw video's. Als je de juiste trefwoorden op de juiste plaatsen gebruikt en herhaalt, is de kans groter dat jouw bedrijfsfilm hoger in de zoekresultaten van Google komt.



YouTube kanaal optimalisatie

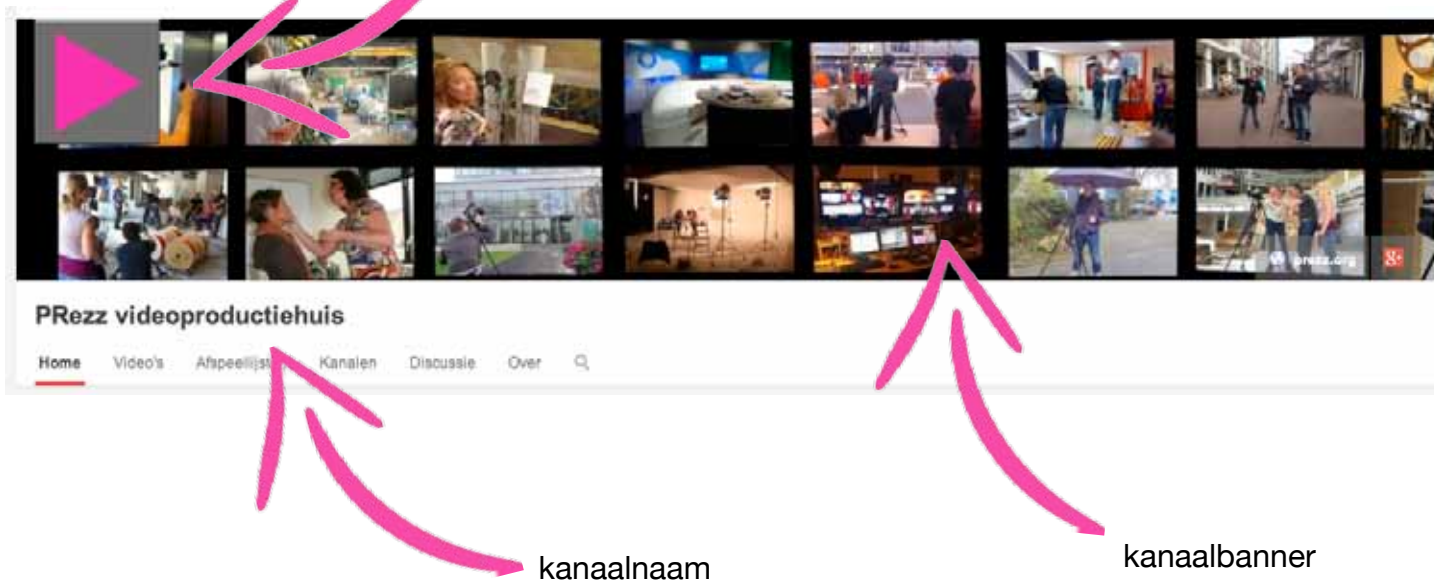
YouTube kanaal optimalisatie

Voordat je het filmpje op YouTube uploadt, neem eerst even jouw kanaal door. Zijn alle gegevens volledig en correct ingevuld? Zijn alle nodige afbeeldingen correct geplaatst?

Kanaalnaam

De naam van jouw kanaal wordt getoond in de zoekresultaten van Google. Kies daarom een korte naam, die mensen makkelijk zullen onthouden. Gebruik zo mogelijk een van je belangrijkste trefwoorden in de naam – het is dan meteen duidelijk wat er op jouw kanaal te vinden is.

kanaalpictogram



Kanaalpictogram

Pictogram (met andere woorden jouw avatar) is een afbeelding die linksboven op de banner én bij elk van jouw filmpjes staat. Gebruik hiervoor een foto of het logo van jouw organisatie. Vermijd te veel tekst en kleine details; jouw pictogram moet goed leesbaar en herkenbaar zijn.

Meestal wordt het pictogram als een vierkant (55 x 55 pixels) weergegeven. Toch raadt YouTube aan een iets grotere afbeelding te uploaden: bij voorkeur een hoge resolutie jpg, gif, bmp of png met afmetingen 800 x 800 pixels. Zo is jouw pictogram altijd scherp en duidelijk.

En last but not least: gebruik een van je belangrijkste trefwoorden in de bestandsnaam van het pictogram.

Bannerafbeelding

Kies een visueel interessante banner, die goed weerspiegelt wat er op jouw kanaal te vinden is.

De bannerafbeelding kan op verschillende apparaten (computer, smartphone, tablet, televisie) anders worden weergegeven. Voor het beste resultaat op alle platforms raadt YouTube aan om een eenvoudige, niet al te veel gedetailleerde afbeelding te gebruiken van 2560 x 1440 pixels. Upload een hoge resolutie jpg, gif, bmp of png.



Bron sjabloon: Google support

Ook in dit geval gebruik een van je belangrijkste trefwoorden in de bestandsnaam.

Kanaalbeschrijving

Onder “Over” vinden bezoekers informatie over jou en jouw kanaal. Maak daarom gebruik van deze mogelijkheid om iets over jezelf te vertellen. Gebruik ook hier de relevante zoektermen. Begin met de belangrijkste informatie en vergeet niet een link naar jouw website te plaatsen.

PRezz videoproductiehuis

Home Video's Afspellijsten Kanalen Discussie **Over** 

PRezz videoproductiehuis (www.prezz.org) maakt bedrijfsfilms en adviseert hoe je deze voor een optimaal resultaat in kunt zetten.

Bedrijven kiezen steeds vaker voor video als communicatiemiddel en dat is niet voor niets. Een film wordt graag aangeklikt. Je wordt met een bedrijfsfilm beter gevonden en je kunt je van jouw concurrent onderscheiden.

PRezz maakt bedrijfsfilms, promotiefilms, animaties ed. vanuit een marketing- en communicatie visie. We denken na over de juiste, kernachtige boodschap en hoe je die in een video doeltreffend kunt neerzetten met de juiste call-to-action.

Na bijna 300 bedrijfsvideo's in drie jaar tijd, durven we best te zeggen dat we weten hoe je een doeltreffende promotiefilm maakt. Samen bedenken we: wat wil je dat de kijker denkt, voelt en doet na het zien van je film? Wij hopen je graag aan tafel te verwelkomen om te brainstormen over hoe we jouw boodschap kunnen vertalen in een passende en pakkende video.

Kanaaltrailer

Een van jouw video's kun je als kanaaltrailer instellen. Kies (of maak) hiervoor een algemene video, waarin je jezelf en jouw bedrijf voorstelt en vertelt wat er op jouw kanaal te vinden is.

Niet-geabonneerde kijkers krijgen bij een bezoek aan jouw kanaal eerst je kanaaltrailer te zien. Dit is jouw kans om nieuwe bezoekers aan te spreken en ze aan te moedigen ook jouw andere video's te bekijken.

PRezz videoproductiehuis

Home Video's Afspellijsten Kanalen Discussie **Over** 



Heb je 1 minuutje? Showreel bedrijfsfilms, promotiefilms en animaties

24 weergaven · 2 weken geleden

Wil je meer klanten, hogere omzet, betere naamsbekendheid? Bekijk dan deze showreel met een compilatie van verschillende bedrijfsfilms, promotiefilms en animaties gemaakt door PRezz videoproductiehuis (www.prezz.org).

Marketing en communicatie worden steeds vaker online bedreven. Video en videomarketing is daar een belangrijk onderdeel van. Als verantwoordelijke voor communicatie en marketing in je bedrijf denk je dus na over video én over hoe je die gaat inzetten. En niet voor niets, want telkens bewijzen... [Meer informatie](#)



Tip

Log uit en controleer hoe jouw kanaal er voor buitenstaanders uit ziet. Probeer het ook via Google te vinden en kijk hoe het in de zoekmachine resultaten staat.

Abonnees

Om zoveel mogelijk interactie te creëren, kun je je zelf op andere (gerelateerde) kanalen abonneren. Zo is de kans hoger dat de eigenaren van deze kanalen zich weer op jouw kanaal abonneren. En Google zal dat zeker waarderen!

Een kanaal met veel abonnees wordt als waardevol gezien. Ben je bijvoorbeeld een hondentrainer, dan kun je je op YouTube kanalen van hondenvoer of -producten fabrikanten of van hondentrimsters abonneren.



Ben je tevreden met de uitstraling die jouw kanaalnaam, pictogram, banner, beschrijving en trailer creëren? Je kunt dan nu jouw video's optimaliseren.

YouTube video optimalisatie

YouTube video optimalisatie

Tip

Wanneer je jouw video uploadt, markeer je het eerst als “Privé”, zodat niemand het kan zien. Er staat je tenslotte nog veel te wachten als je wilt dat jouw filmpje straks makkelijk te vinden is. Pas nadat je met de optimalisatie klaar bent, zet je het filmpje “Openbaar”.

Er is een aantal belangrijke elementen, die bepalen of jouw video door zoekmachines goed geïndexeerd, en dus goed gevonden wordt:

Bestandsnaam

Is de bestandsnaam van jouw video M2U01572.mov of iets dergelijks? Verander het – nog vóór het uploaden - in een relevante, beschrijvende naam. Gebruik hierbij zo mogelijk een van je trefwoorden.

Titel

Houd de titel van jouw video beknopt, maar prikkelend, zodat de kijker op jouw video klikt. De titel moet wel een duidelijke indicatie van de inhoud van het filmpje zijn, correct en niet misleidend.

In de titel mag je ca. 100 tekens gebruiken, maar houd er rekening mee dat er in de zoekresultaten alleen de eerste 50 letters zichtbaar zijn.

Kies bij voorkeur beschrijvende trefwoorden en noem zo mogelijk de naam van jouw dienst of product én zijn voordelen, bijvoorbeeld “Meer klanten door zoekmachine optimalisatie” of “Leer je Doodle



Is het filmpje een onderdeel van een serie? Vermeld dan het aflevering nummer in de titel.

Zorg ervoor dat de titel en de bijbehorende miniatuur (thumbnail) elkaar goed aanvullen en de bezoekers nieuwsgierig voor jouw video maken. Het zijn tenslotte de twee meest zichtbare onderdelen in de zoekmachine rankings.



Beschrijving

De beschrijving van jouw video mag heel uitgebreid zijn, YouTube geeft je er alle ruimte voor. Houd er wel rekening mee dat alleen het begin van je videobeschrijving in de zoekresultaten verschijnt.

The screenshot shows the YouTube video creation interface. At the top, there are tabs for 'Informatie en instellingen', 'Verbeteringen', 'Audio', 'Aantekeningen', and 'Ondertiteling'. Below these, the video title 'Heb je 1 minuutje? Showreel bedrijfsfilms, promotiefilms en animaties' is visible. To the right of the title is a 'miniatuur' (thumbnail) section. Below the title, there is a video player showing a close-up of a camera lens. To the right of the player is a 'Videoinformatie' section with details like 'Kanaal: PRizzz videoproductiehuis', 'Uplodetijd: 3 juni 2014 10:38', 'Duur: 1:00', 'RAW-bestand: Showreel_Script..._animaties.mp4', 'Aantal likes: 0', 'Reacties: 0', and 'Video-URL: ...'. Below the video player, there is a 'Beschrijving' section with the text 'Wil je meer klanten, hogere omzet, betere naam bekendheid? Bekijk dan deze showreel met een compilatie van verschillende bedrijfsfilms, promotiefilms en animaties gemaakt door PRizzz videoproductiehuis (www.prezzz.org)'. To the right of the description is a 'tags' section with a list of tags: 'bedrijfsfilms', 'promotiefilms', 'instructievideo's', 'animaties', 'storytelling video's', 'eventregistraties congr...', 'vlogging', 'webcasting', 'bedrijfsfilm', 'promotiefilm', 'instructievideo', 'animatie', 'storytelling', 'eventregistratie', 'congresregistratie', 'vlog', 'marketing', 'communicatie', 'video', 'film', 'videomarketing', 'bedrijfsvideo', 'promotievideo', 'instructiefilm', 'bedrijfsfilmje', 'promotiefilmje', 'instructiefilmje', 'PRizzz', 'PRizzz videoproductieh...', 'bedrijfsfilm maken'. At the bottom, there is a 'Voorgestelde tags' section with tags like 'Animation (TV Genre)', 'Showreel', 'Video Blog (Website Category)', 'Demo', 'Real', 'Design', and 'Media'. The interface also includes buttons for 'Annuleren' and 'Wijzigingen opslaan'.

Op jouw kanaal zie je ook alleen maar een paar eerste regels van de beschrijving. Om de volledige tekst te lezen moet de bezoeker op 'Meer weergeven' klikken. Helaas doet hij het niet zo vaak. Geef daarom in de eerste drie zinnen (ca. 140 tekens) een beknopte en aantrekkelijke beschrijving van de video. Vermeld daarbij jouw website adres om de bezoeker naar jouw site te lokken.

En ook hier weer, neem in de beschrijving relevante zoektermen op. Voeg ook andere links toe, bijvoorbeeld naar jouw overige video's.

Tags

Een belangrijke, maar vaak ongebruikte manier om je filmpje vindbaar te maken, is het invullen van tags. Onder tags (ook 'labels' genoemd) vul je een lijst van zoektermen in, die voor jou én deze concrete video relevant zijn.

Let op: als je misleidende trefwoorden gebruikt, schend je de servicevoorwaarden van YouTube.

Miniatuur (thumbnail)

De miniatuur van jouw video is heel belangrijk, omdat het vaak op én buiten jouw YouTube kanaal (bijv. in Google zoekresultaten) weergegeven wordt. Je selecteert de miniatuur na het uploaden van het filmpje uit de drie opties die YouTube automatisch genereert. Kies hiervoor een visueel aantrekkelijke, kleurrijke afbeelding die opvalt en uitnodigt tot kijken.

Tip Close-ups van gezichten blijken goed als miniaturen te werken.

Heb je 1 minuutje? Zie deze animaties! - YouTube



www.youtube.com/watch?v=ewXTwzpDzBE

4 jun. 2014 - Geüpload door PRezz videoproductiehuis

PRezz is een videoproductiebedrijf uit Driebergen. Met een uitstekend ... **PRezz videoproductiehuis** ...

Als je een 'geverifieerd account' hebt, kun je ook een aangepaste thumbnail uploaden.

Wanneer je een miniatuur zelf uploadt, gebruik een hoge resolutie afbeelding - minimaal 640 x 360 pixels en beeldverhouding 16:9. De afbeelding mag niet groter zijn dan 2 MB. Extensies: .jpg, .gif, .bmp of .png.

Zorg ervoor dat het plaatje duidelijk en scherp is, en een mooie compositie heeft.

Het is goed als de miniatuur een goed beeld van de inhoud van jouw video geeft en de titel aanvult.

Je kent ze wel: andere video's die aan het einde van jouw film op YouTube verschijnen. Video's die over iets anders gaan of (vervelend!) door jouw concurrent zijn geplaatst.

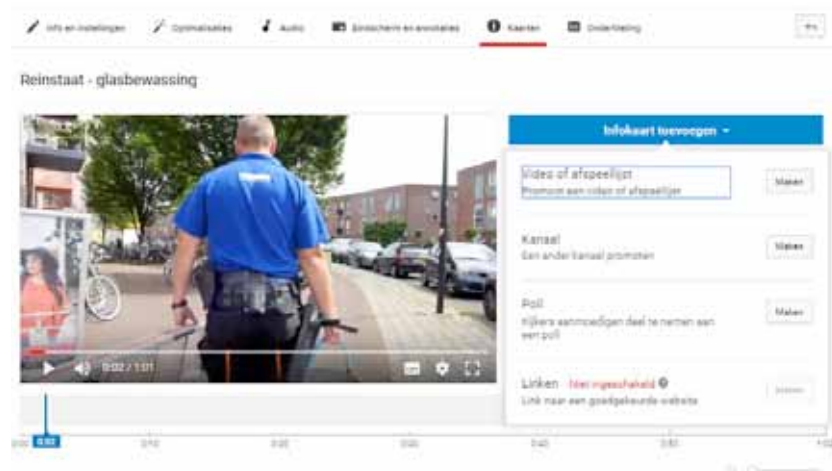
Je kunt er wel iets aan doen om de kijker naar jouw eigen video's, je andere kanalen of jouw website te sturen. Er zijn twee soorten pop-ups met klikbare links, die je in kunt zetten: infokaarten en eindschermen.

Infokaarten

Met infokaarten breng je jouw andere video's onder de aandacht van je kijker, je stuurt hem naar jouw website of je zet hem aan tot het invullen van jouw poll.

Per video kun je maximaal 5 infokaarten gebruiken. Je bepaalt zelf op welk moment in jouw film de infokaarten worden weergegeven.

Omdat de infokaarten een klein formaat hebben en alleen 5 seconden in beeld blijven, leiden ze niet van jouw video af.



verschillende soorten infokaarten



voorbeeld van een infokaart



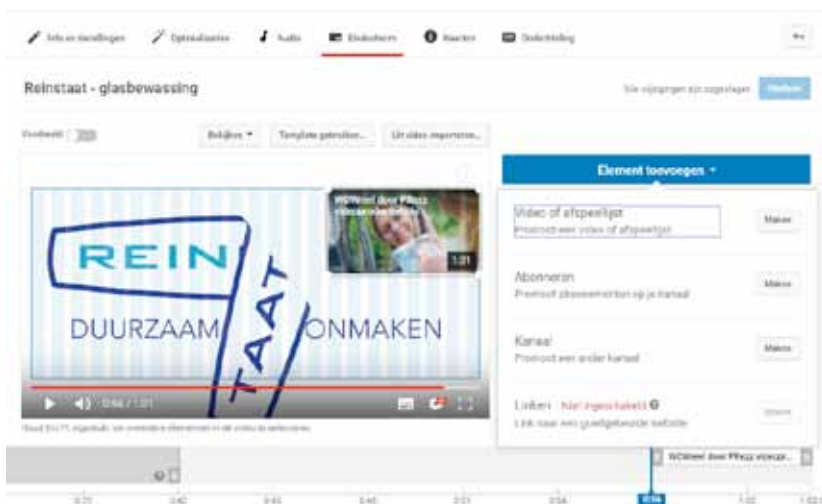
Eindschermen

Eindschermen kunnen net als infokaarten de kijker naar jouw andere films, afspeellijsten, naar een ander kanaal of naar jouw website sturen.

Eindschermen ogen anders dan de infokaarten en je kunt hun positie en de tijd waarop ze zichtbaar zijn zelf bepalen. Geen poll functie, wel de mogelijkheid om abonnees te werven.

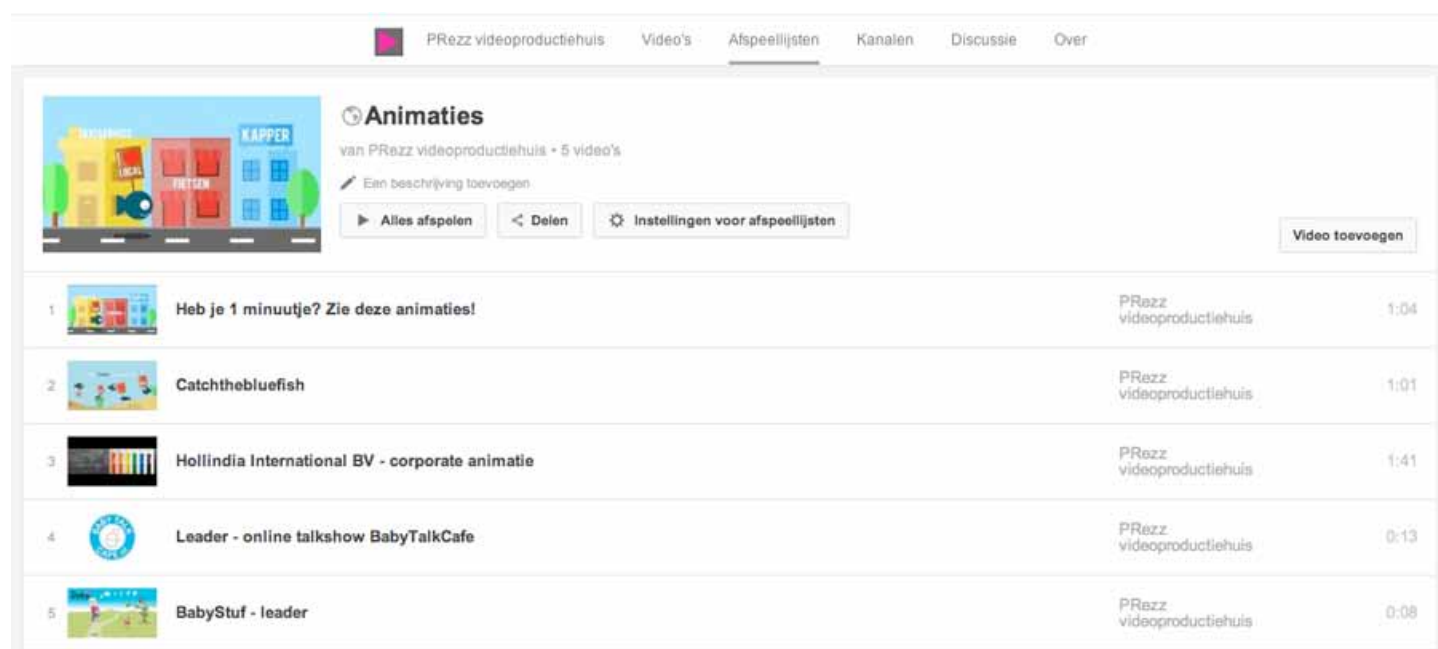
Om een eindscherm aan jouw video te mogen toevoegen moet je wel aan vijf voorwaarden voldoen:

1. De film moet minstens 25 seconden lang zijn.
2. Eindscherm moet minimaal 5 seconden zichtbaar zijn.
3. Eindscherm wordt pas na 20 seconden van jouw video getoond.
4. Eindscherm kan uitsluitend in de laatste 20 seconden van het filmpje verschijnen.
5. Minimaal één van de gebruikte elementen moet een video of een afspeellijst zijn.



Afspeellijsten

Maak je series van video's? Toon dan jouw kijkers ook je andere video's door series in afspeellijsten (playlists) te groeperen. Wanneer je afspeellijsten aanmaakt, vindt men sneller de overige filmpjes, die mogelijk ook relevant zijn.



Een voorbeeld van een afspeellijst

Ondertiteling

YouTube biedt de mogelijkheid om ondertiteling aan de video toe te voegen. Overweeg of deze optie interessant voor jou is. Met ondertiteling kun je in ieder geval drie doelgroepen bereiken, voor wie jouw filmpje anders ontoegankelijk zou zijn:

- 1 Doven en slechthorenden (volgens de cijfers van WHO gaat het om 5% van de wereldbevolking, oftewel 360 miljoen mensen).
- 2 Anderstaligen. Die kunnen in de speler voor een ondertitelingstrack kiezen.
- 3 Kijkers van je video op de werkvloer waar het geluid van de computer standaard uit staat.



Een ondertiteld filmpje.

Een bijkomend voordeel van de ondertiteling is dat het als additionele metadata werkt. Zoekmachines zijn tenslotte doof én blind: ze zien geen beelden en ze verstaan geen audio. Het enige wat voor ze toegankelijk is, zijn de teksten, ook die in de ondertiteling.

En, heb je jouw filmpje in andere talen ondertiteld, dan wordt het – dankzij de tekst van de ondertiteling – ook begrijpelijk voor de zoekmachines in die talen.

Tip

Met Google Translator Toolkit kun je jouw tekst automatisch naar een van de 345 talen vertalen. Dit programma werkt niet helemaal nauwkeurig, maar je hebt dan in ieder geval de basis, die je verder kunt bewerken en finetunen.

YouTube video
promotie

YouTube video promotie

Je hebt nu alle functies en mogelijkheden die YouTube biedt, toegepast. De zoekmachines gaan jouw video indexeren en ranken. Rest je nog iets meer te doen? Ja, tamtam!

Teasers

Vooraf voor langere video's of een serie kun je een kort, prikkelend promotiefilmpje maken. Daarmee haal je kijkers naar jouw uitgebreide video/serie. Vergeet dan niet aan het einde van deze 'teaser' een duidelijke link naar de andere video te plaatsen. Gebruik hiervoor de aantekeningen.

PREzz videoproductiehuis

Home Video's Afspeellijsten Kanalen Discussie Over



Heb je 1 minuutje? Showreel bedrijfsfilms, promotiefilms en animaties

24 weergaven 2 weken geleden

Wil je meer klanten, hogere omzet, betere naamsbekendheid? Bekijk dan deze showreel met een compilatie van verschillende bedrijfsfilms, promotiefilms en animaties gemaakt door PREzz videoproductiehuis (www.prezz.org).

Marketing en communicatie worden steeds vaker online bedreven. Video en videomarketing is daar een belangrijk onderdeel van. Als verantwoordelijke voor communicatie en marketing in je bedrijf denk je dus na over video én over hoe je die gaat inzetten. En niet voor niets, want telkens bewijzen... [Meer informatie](#)

Backlinks

Backlinks zijn links op andere websites die naar jouw site (in dit geval: video) leiden. Omdat ze door Google als aanbevelingen beschouwd worden, dragen ze bij de positie van de desbetreffende pagina in de rankings.

Vroeger telde bij Google vooral het aantal links naar een site in het beoordelingssysteem van de websites. Pagina's met veel backlinks scoorden hoger in de zoekmachine resultaten. Intussen is de kwaliteit van de backlinks veel belangrijker geworden.

Vraag wel anderen, voor zover het dus relevant is, om naar jouw video te linken of het zelfs op hun website of blog in te sluiten.



Refurbishing

Je hebt een filmpje gemaakt of laten maken, omdat je weet dat de meeste mensen liever video's kijken dan dat ze lange lappen tekst lezen. Maar natuurlijk behoort niet iedereen tot deze groep. Gebruik daarom de tekst uit jouw video als een website artikel, een persbericht of blog en plaats het op relevante websites en in LinkedIn groepen, waar jouw doelgroep te vinden is.

Van de screenshots uit jouw video kun je een presentatie maken, die je op bijvoorbeeld slideshare of op prezi plaatst. Zo krijgt jouw boodschap een nog breder bereik en als je deze artikelen, blogs en presentaties met jouw video linkt (of de video naast de tekst op de website insluit), trek je zeker nog meer kijkers naar jouw YouTube kanaal.



Social media

Wat uitstekend werkt om meer kijkers voor je video te vinden is het inzetten van social media. Verspreid daarom jouw filmpje via LinkedIn, Facebook, Twitter en/of Instagram en zorg ervoor dat het makkelijk te delen is.

Laat mensen niet alleen jouw video kijken, maar creëer ook 'buzz': vraag ze om commentaar, likes, om zich op jouw kanaal te abonneren en om jouw video te delen.

Tip

Kies de juiste tijd voor jouw social media tamtam. Uit onderzoeken blijkt dat de beste tijd om video te uploaden is door de week, bij voorkeur op woensdag of donderdag tussen 12.00 en 13.00 uur. Reserveer tijd om, direct na het uploaden van je video, het filmpje te promoten en tamtam op social media te maken.

Monitoring en optimalisatie

Monitoring en optimalisatie

Video gemaakt, geplaatst en verspreid, maar helaas: je bent nog steeds niet klaar! Nu is het tijd om de prestaties van het filmpje bij te houden en je strategie, waar nodig, aan te passen.

Begin met een SMARTe (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden) doelstelling. Gebruik verschillende informatiebronnen om de impact, spreiding en het effect van jouw video bij te houden.

Tip

Gebruik Bit.ly om links naar jouw video te maken. Op de website van Bit.ly kun je URL's heel snel en makkelijk verkorten. Je krijgt dan een linkje dat ongeveer zo eruit ziet: <http://bit.ly/1117Ely>. Als je op www.bitly.com een account aanmaakt en ingelogd de verkorte URL's creëert, kun je later uitgebreide statistieken doornemen en zien hoe vaak er op het linkje is geklikt, wanneer en waar.

Monitoring

Vraag anderen, bijvoorbeeld in LinkedIn groepen of op Twitter, om feedback.

Check YouTube Analytics. Dit programma geeft je - per video - de toegang tot uitgebreide gegevens:

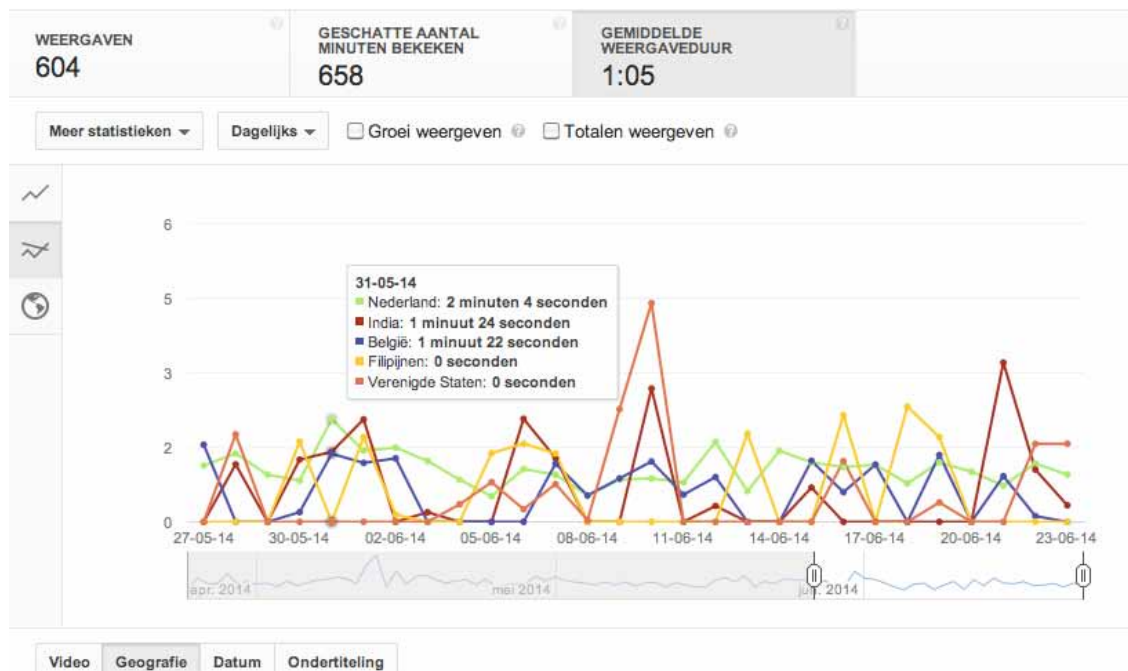
1. Jouw kijkers: leeftijd, geslacht en de locatie van je kijkers.





2. Hoe worden je video's gevonden?

3. Hoe lang worden jouw filmpjes bekeken? Wanneer?



Verzamel en analyseer alle beschikbare gegevens om er je voordeel mee te doen. Je kunt op basis van deze informatie jouw video's en (video)marketingactiviteiten steeds optimaliseren.

Succes!



Video en videomarketing

Marketing en communicatie worden steeds vaker online bedreven. Video en videomarketing is daar een belangrijk onderdeel van. Als verantwoordelijke voor communicatie en marketing in je bedrijf denk je dus na over video én over hoe je die gaat inzetten. En niet voor niets, want telkens bewijzen bedrijven met een goede online en video strategie, dat zij daar hoge resultaten mee behalen in hun doelgroep.

Een passende en pakkende video

Wij hebben ons daarom volledig gespecialiseerd in video en videomarketing. We maken films en animaties en kunnen je bovendien adviseren hoe je deze in kunt zetten voor optimaal resultaat. Wij hopen je graag aan tafel te verwelkomen om te brainstormen over hoe we jouw boodschap kunnen vertalen in een passende en pakkende video. En wat je moet doen om het juiste publiek met jouw bedrijfsfilm te bereiken.

Uitstekend team van filmprofessionals

Met een uitstekend team van filmprofessionals: scriptschrijvers, regisseurs, cameramensen, geluids-specialisten, editors, animatiemakers, acteurs, figuranten, voice-overs, visagisten, stylisten en componisten gaan we graag met jou aan de slag.

PRezz videoproductiehuis
Velperengh 16
3941 BZ Doorn
www.prezz.org

info@prezz.org
0343-517377