



Online video is marketing-instrument van de toekomst

Online videomarketing is de toekomst van online marketing. De vraag is alleen waarom videomarketing zo sterk is? Door gebruik te maken van online videomarketing neemt uw conversie toe, behaalt u een hogere ranking in Google en trekt u meer bezoekers. In dit artikel leest u over de pluspunten van videomarketing, zodat ook u uw webwinkel in bewegend beeld kunt presenteren.

Video is de manier om de online identiteit van uw bedrijf te versterken. Met een video kunt u binnen een paar minuten uw doelstellingen, idealen en cultuur delen met de consument. Zo stijgt gemiddeld de conversie van webwinkels met 30%, als die bewegend beeld op hun website gebruiken. Dat gaat uiteraard niet vanzelf, u moet daarvoor met een aantal zaken rekening houden. Aan de hand van drie stellingen van experts, leest u over het nut van video als marketinginstrument.

1. Persoonlijk

eCommerceondernemer van het jaar 2012 Tom Coronel is tevreden met het klantencontact dat hij heeft na het gebruik van video's:

"Ik krijg veel positieve reacties over mijn videostrategie. De klant waardeert het heel erg."

Hoewel tekst niet onpersoonlijk hoeft te zijn, kan het de bezoeker van uw website moeite kosten om de persoonlijkheid en stijl van uw webwinkel te ontdekken. Vaak worden teksten niet gelezen of alleen op hoofdpunten gescand. In een video kunt u uw gezicht laten zien en uw stem laten horen, zowel letterlijk als figuurlijk. Zo schetst u sneller een beeld van waar uw bedrijf voor staat en wat u hoopt te bereiken. Video brengt niet alleen maar feitelijke maar ook emotionele informatie over. Daardoor werkt video effectiever dan tekst.

2. Betrouwbaarheid

Hoogleraar aan de Vrije Universiteit van Amsterdam, professor dr. Marcel Creemers zegt over betrouwbaarheid:

"Hoe meer je iets te zien krijgt des te meer je het gelooft. Hierdoor neemt het vertrouwen van de klant toe."

Professionaliteit en betrouwbaarheid zijn met elkaar verbonden. Hoe professioneler

u overkomt hoe sneller de consument u vertrouwt. Door een goede video kunt u in een korte tijd het vertrouwen van de consumenten winnen, zij zullen dan ook sneller een aankoop doen.

Handleiding

Video is niet alleen een verkoopkanaal, maar ook een serviceinstrument. Het komt vaak voor dat een consument, snel na een aankoop terugkeert naar de webwinkel voor extra uitleg. Een persoonlijke uitleg in een video is effectiever en simpeler dan een papieren handleiding of een lap tekst.

Daarnaast bespaart het tijd, doordat u niet iedere keer opnieuw hoeft uit te leggen hoe een product werkt. Video biedt u de mogelijkheid elke klant persoonlijk uit te leggen en te laten zien hoe hij iets dient te doen. Zo kunt u video gebruiken als handleiding voor uw producten en webwinkel. Op YouTube vindt u duizenden instructiefilmpjes van de meest uiteenlopende producten en diensten. Bekijk deze om tot de door u gewenste vorm te komen.

3. Beleving

Hoogleraar aan de Rotterdamse Erasmus Universiteit, professor dr. Cor Molenaar, over de waarde van de videobeleving:

"Wij mensen willen zo dicht mogelijk bij onze echte beleving komen, dat is het zien, observeren en beleven."

Bewegend beeld als online marketinginstrument staat nog in de kinderschoenen. Video is dankzij de interactieve eigenschap gericht op het leveren van een beleving, waarbij de consument dicht bij uw merk, webwinkel of product kan komen. De intonatie, kleding, bouw en leeftijd van bijvoorbeeld de presentator zetten veel sneller en effectiever een beeld van uw bedrijfscultuur neer dan een tekst. In een video kunt u een product presenteren zodat u de bezoeker al een voorproefje kunt geven van het product.

4. Bereik

Dankzij social media is video een nog grotere rol gaan spelen in de marketing. YouTube werkt bijna hetzelfde als bijvoorbeeld Twitter of Facebook. U kunt makkelijk een video uploaden die in principe voor de hele wereld toegankelijk is. Gebruikers kunnen de video delen, zodat u in korte tijd een grote doelgroep bereikt.

YouTube heeft een groot bereik, na Google is het de meest gebruikte zoekmachine op het internet. Door een code in de video (via de knop 'Delen' onder een video), kunnen gebruikers het filmpje op alle platforms delen. Zo kunt u uw video op bijvoorbeeld uw eigen webwinkel plaatsen en met een paar klikken ook op Facebook posten.

5. Mobiliteit

Videoplatforms zoals YouTube maken het mogelijk om uw video ook op smartphones te tonen. Daarmee bereikt u een snel groeiende doelgroep. Nadeel van de kleine beeldschermen is dat tekst snel onleesbaar wordt. Video is dat niet en het is snel op te zoeken via Google en de zoekmachine van YouTube. Daarnaast heeft een video een positieve invloed op uw positie in de zoekresultaten van Google.

Conclusie

Bij de juiste inzet zijn video's makkelijk te maken, goedkoop, spraakmakend en tijdloos. Door uw videoboodschappen via social media te delen, bereikt u snel uw doelgroep. Bijvoorbeeld op Facebook worden video's sneller en beter bekeken. De genoemde experts verwachten dat online video een steeds grotere rol gaat spelen in de marketingwereld, zeker in combinatie met social media.

Dit artikel is tot stand gekomen in samenwerking met Chris de Boer en Lex den Doop van ecommercepartner.nl

Serie

Dit artikel is onderdeel van een serie over video's in uw webwinkel. In de volgende editie van Checklist Webwinkel leest u over de eisen die aan een video gesteld worden.