

Videomarketing: de stand van zaken in Nederland

De magie van het bewegend beeld wordt steeds krachtiger. De oude encyclopedieën waar de geleerden van vroeger in verdrongen, worden steeds minder tijd in het daglicht gegund. In de voorgaande artikelen uit deze serie heeft u al kunnen leren hoe de kunst van het kijken uw marketing kan versterken, maar hoe doet de rest in Nederland dat nu eigenlijk?

In dit artikel staat de vraag centraal: 'hoe wordt online videomarketing in Nederland gebruikt en wat kunt u daarvan leren?' eCommerce Partner heeft in 2012 met het Nationale Online Video Onderzoek een onderzoek gedaan naar het gebruik van video door Nederlandse webwinkels. In totaal zijn 2.000 bedrijven onderzocht. Zowel de grote als de kleine ondernemer is ondervraagd. Uit dat onderzoek zijn een aantal interessante actiepunten gekomen, die voor u toepasselijk kunnen zijn.

Succesfactoren

De resultaten zijn gebaseerd op een aantal belangrijke succesfactoren van het gebruik van bewegend beeld. De video's moeten in ieder geval aan de volgende factoren voldoen:

- Is de essentie van de video altijd in de eerste 60 seconden duidelijk?
- Staat de video op de homepage van de webwinkel waardoor deze snel en veel bekijks trekt?
- Zijn de video's van HD kwaliteit of van lage kwaliteit?

Op basis van deze en andere 'succesfactoren' is het gebruik van Online Video Marketing in Nederland gemeten.

1. Likes verzamelen

Het eerste resultaat is meteen het meest verrassende: slechts één op de vier onderzochte bedrijven maakte gebruik van online videomarketing op de homepage. Tegenwoordig kunnen video's op Youtube ook geliked of gedislaked worden door de kijker. De verhouding tussen het aantal Youtube likes en dislikes is voor het merendeel van de bedrijven niet positief, want slechts 41% van de bedrijven wist meer complimenten dan dislikes te bemachtigen.

TIPS:

- Plaats de video op uw homepage.
- Zorg voor een mooie 'still'. Dat is het beeld dat wordt vertoond als de bezoeker uw pagina opent.

- In bijvoorbeeld YouTube kunt u tijdens het uploaden kiezen welke still er wordt vertoond.
- Kies voor een video die op uw homepage past, een productomschrijving is meer van toepassing op een productpagina.

2. Video kwaliteit

De onderzochte bedrijven scoren een magere voldoende voor de kwaliteit van de video's.

Het gemiddelde cijfer dat aan de Nederlandse bedrijven werd gegeven is een 5,8. Dat is een magere voldoende, maar zeker niet goed. Iets meer dan de helft van de onderzochte bedrijven maakte gebruik van YouTube. Dat is een laag percentage, zeker in vergelijking met het aantal bedrijven dat op tv met reclames adverteert.

TIPS:

- Neem de video op in hoge kwaliteit en behoud die kwaliteit in de montage en plaatsing.
- Plaats uw video op meerdere platforms, zoals uw homepage, Facebookpagina en andere social media.
- Zorg voor een hoge datalimiet bij uw hostingpartij, hoe hoger de videokwaliteit hoe meer dataverbruik.

3. Voordelen

Uit het onderzoek van eCommerce Partner blijkt dat veel webwinkels video niet optimaal inzetten. De één gebruikt tv-spotjes, de ander vertoont productomschrijvingen van meer dan dertig minuten.

Die twee opties kunnen een prima toevoeging zijn op uw complete videoplan, maar moeten niet de basis vormen. Video leent zich goed voor een serie grappige filmpjes, een introductie van uw organisatie of een interview. Daardoor vormt u een eigen gezicht en raakt de klant sneller betrokken bij uw webwinkel. Daarnaast waardeert Google video's ook voor uw positie in de zoekre-

sultaten, zodat u dankzij een video meer bezoekers trekt.

TIPS:

- Gebruik een duidelijke huisstijl die door een kijker wordt herkend.
- Plan een serie filmpjes die een kijker los en als een verhaal kan zien.
- Voorzie de video van rich snippets, zodat Google ze nog beter waardeert.

Conclusie

Bewegend beeld op uw website wordt steeds belangrijker. Voordeel van online videomarketing is de relatief grote winst die u er nu nog mee kunt behalen, de markt is nog niet druk bezet en ligt nog open. Door nu in te stappen kunt u optimaal profiteren, maar er zijn wel een aantal valkuilen. In de komende editie leest u over de gevaren die uw videocampagne kunnen bederven.

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



YouTube

Ruim zeven miljoen Nederlanders gebruiken weleens YouTube om een video te bekijken. Niet alle kijkers surfen daarvoor naar youtube.nl, veel mensen zien de filmpjes op andere websites. Die hebben de video's via een embedcode op hun website geplaatst. Daarmee is YouTube het tweede social media platform van Nederland, nog voor Twitter en LinkedIn.



Serie

Dit artikel is een onderdeel van een serie over videomarketing. In het volgende artikel leest u meer over de presentatie van uw video. Moet de presentator nu wel of niet stilstaan? En wat voor muziek monteert u bij het bewegende beeld.