

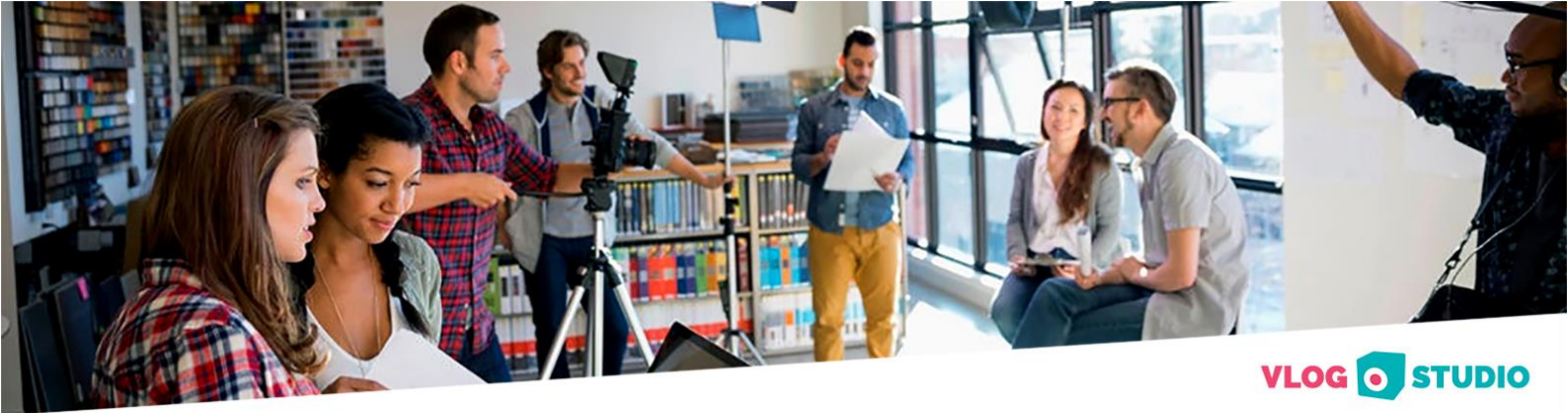


VLOG  STUDIO

## EBOOK ZAKELIJK VLOGGEN

VOOR SUCCESVOLLE ZAKELIJKE VLOGS

oktober 2018 (versie 3.2)



Voordat je begint met vloggen moet je weten wat je gaat vertellen en hoe je dat doet. Een goede voorbereiding is het halve werk. Dit ebook gaat je in 5 stappen daarbij helpen.

## VIJF STAPPEN VOOR EEN PERFECT ZAKELIJK VLOG

Aan de hand van deze stappen maak je vlogs die gewaardeerd worden door jouw kijkers, je doelgroep. We behandelen de volgende onderwerpen:

1. **Het doel** (waarom)
2. **De persona's** (aan wie)
3. **Thema's en onderwerpen** (wat)
4. **Formats** (hoe)
5. **Het script** (in welke volgorde)

### 1. HET DOEL: WAAROM GA JE IETS VERTELLEN?

Een vlog opnemen doe je met een reden. Wil je dat de kijker op een persoonlijke manier kennismaakt met jouw bedrijf? Of adviseer je graag klanten over de producten die je verkoopt? Dit deel helpt je bij het stellen van een duidelijk afgebakend doel.

### 2. DE PERSONA'S: AAN WIE GA JE HET VERTELLEN?

Voordat je begint met het maken vlogs, moet je weten wie je publiek is. Wat willen ze weten? En welke kennis hebben ze? Door persona's te maken, ben je in staat om vlogs op te nemen die feilloos aansluiten op de wensen en behoeften van het publiek.

### 3. THEMA'S EN ONDERWERKEN: WAT GA JE VERTELLEN?

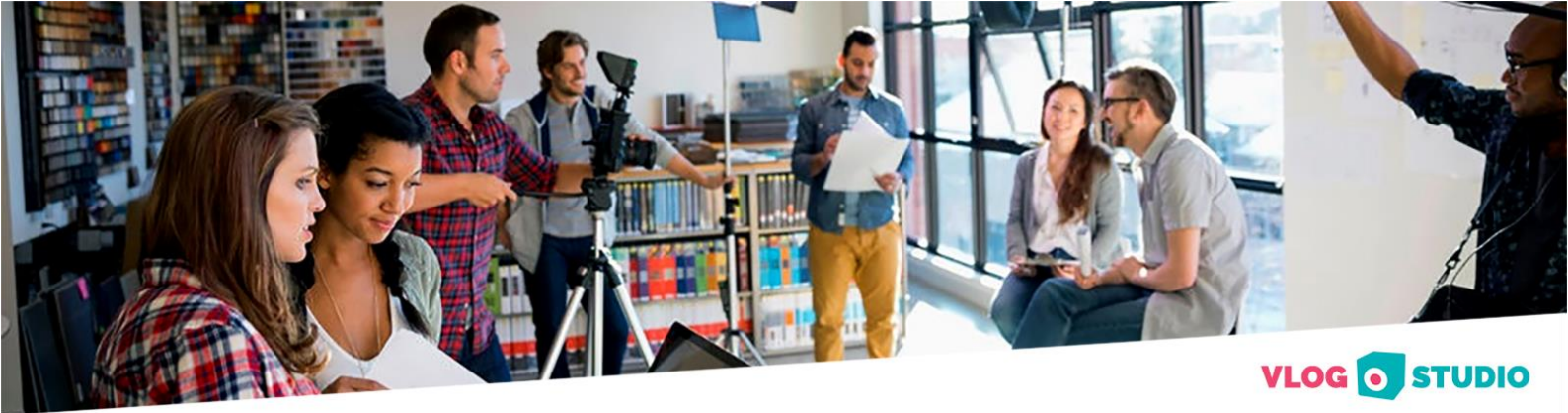
Wanneer het doel helder is en je duidelijk voor ogen hebt aan wie je iets wilt gaan vertellen, moet je bepalen wat de boodschap wordt. Welke thema's ga je behandelen? Wat is het voordeel voor de kijker? En niet te vergeten, wat levert het jou op?

### 4. FORMATS: IN WELKE VORM GA JE HET VERTELLEN?

Er bestaan meerdere manieren om je boodschap te vertellen. Ga je medewerkers aan het woord laten op de werkvloer? Wordt het een interview? Of deel je jouw kennis als expert? Afhankelijk van het doel en de boodschap kies je de vorm.

### 5. HET VLOGSCRIPT: IN WELKE VOLGORDE GA JE HET VERTELLEN?

Tot slot, een goed verhaal heeft een kop en een staart. Een vlogscript helpt. De volgorde van het verhaal is belangrijk om de kijker te boeien tot het eind. Gebruik deze 7 stappen voor je vlogscript.



## 1. HET DOEL: WAAROM GA JE IETS VERTELLEN?

Anders dan bij particuliere vlogs is het stellen van een doel voor bedrijfsvlogs bepalend voor het succes. Vloggers als bijvoorbeeld Enzo Knol stellen weliswaar een onderwerp centraal, maar meestal zijn deze vlogs 'on the fly' geschoten (hoewel er vaak een script of storyboard aan vooraf gaat). De gebeurtenissen worden aaneengesloten opgenomen en maken geen gebruik van scenario's en scripts. Als bedrijf wil je *wel/vooraf* duidelijk hebben wat je gaat vertellen.

### HET BEPALEN VAN EEN DOEL VOOR JE ZAKELIJKE VLOG

Vlogs zijn onderdeel van de contentstrategie. Dat wil zeggen, het creëren en verspreiden van diverse content gericht op een hoger bedrijfsdoel. Dit doel kan bijvoorbeeld zijn, merkbekendheid verhogen ('branding'), leadinformatie inwinnen of klantloyaliteit versterken. Ook het verbeteren van de vindbaarheid in zoekmachines is een veelgebruikt doel.

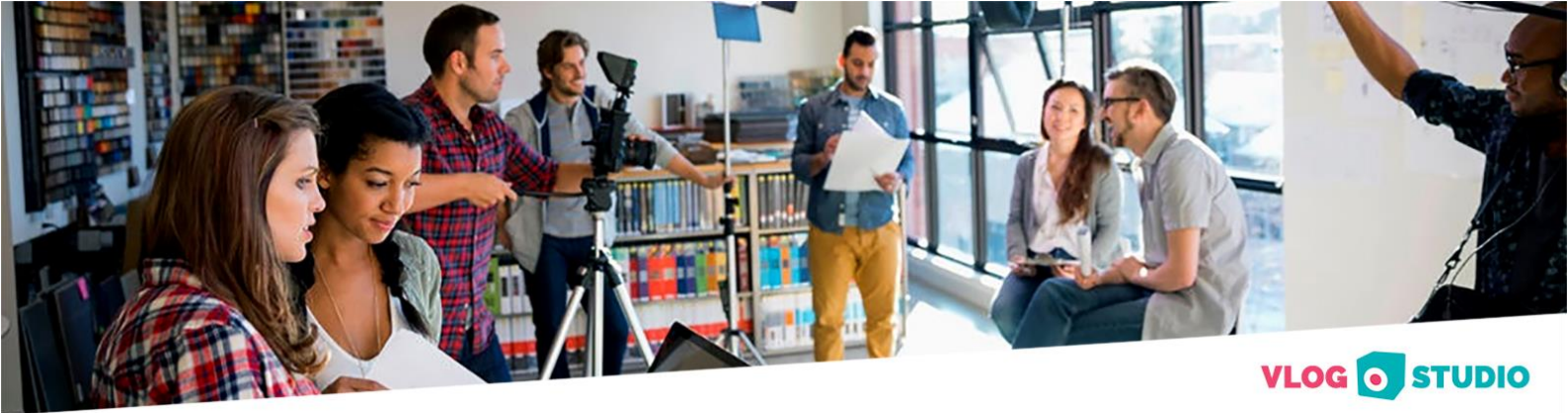
Wat jij als doel wilt stellen voor de inhoud van je vlogs is afhankelijk van de bedrijfsdoelstellingen. Mik je op nieuwe klanten? Of kies je voor klantbehoud en benadruk je de service jouw organisatie is. Natuurlijk zijn vlogs ook uitermate geschikt voor interne communicatie en het werven van nieuwe medewerkers.

#### Voorbeelden van doelen stellen voor zakelijke vlogs

- Merkbekendheid vergroten
- Leadgeneratie door expertise en bedrijfspresentaties
- Klantloyaliteit versterken door advisering, opinies en nieuws
- Servicegraad verhogen door productdemonstraties
- Medewerkers informeren
- Werven van nieuw personeel

### MEERDERE DOELEN GEBRUIKEN?

Meerdere doelen beogen is ook mogelijk. Maar houd de doelen wel gescheiden. Probeer niet teveel doelen in een vlog te verwerken. Plaats je de vlogs op YouTube? Maak dan een unieke afspeellijst aan per doel of doelgroep. Hierdoor blijft het voor de kijker overzichtelijk.



## 2. DE PERSONA'S: AAN WIE GA JE HET VERTELLEN?

In stap 1. heb je geleerd om doelen te stellen voor vlogs en wat de reden is om ermee te beginnen. De volgende stap is het bepalen voor wie je de vlogs gaat opnemen. Kortom, wie wordt jouw publiek?

Als bedrijf heb je waarschijnlijk de doelgroep al duidelijk omschreven. Dus je weet eigenlijk al wie jouw kijkerspubliek is. Maar om overtuigend voor de camera te kunnen spreken, is het makkelijker om een denkbeeldig persoon voor je te hebben in plaats van een volle zaal met verschillende mensen.

Deze denkbeeldige persoon, persona genoemd, wordt dus je mikpunt. Iemand die jij wilt overtuigen, entertainen of helpen. De persona is een verzameling van kenmerken die de doelgroep vertegenwoordigt.

Elke keer als jij een vlog opneemt, verbeeld je je dat je tegen deze persoon spreekt. Je verhaal wordt consistent, overtuigender en meer ontspannen.



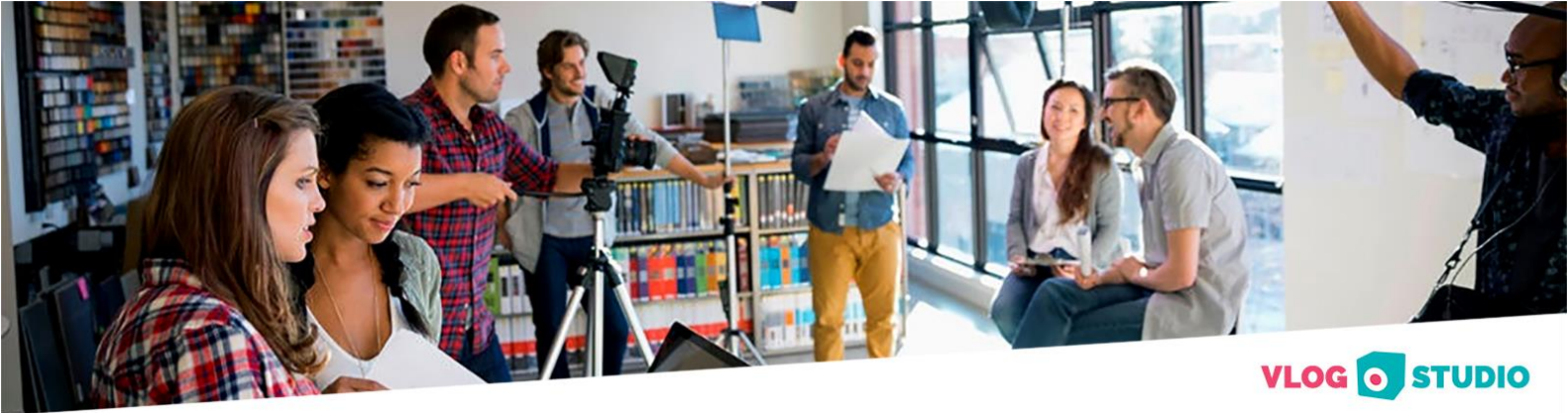
### HOE BOUW JE EEN PERSONA?

Hiervoor hebben wij een invuloefening gemaakt. Het enige wat jij hoeft te doen is een vertaling te maken van de doelgroep naar de persona.

[Download doelgroep & persona's \(PDF\)](#)

### WERKEN MET MEERDERE PERSONA'S

Een organisatie richt zich meestal op verschillende doelgroepen, dus meerdere persona's zijn daarom ook mogelijk. Maar probeer het aantal persona's te beperken, anders wordt het onoverzichtelijk en verliest de boodschap zijn doel. Beter is om per persona een reeks van vlogs op te nemen.



### 3. THEMA'S EN ONDERWERPEN: WAT GA JE VERTELLEN?

Afhankelijk van het gekozen doel en de geselecteerde persona('s), kies je de boodschap die je wilt vertellen. Wil je de ondersteuning op je producten verbeteren? Dan is een productdemonstratie een voor de hand liggend onderwerp. Je geeft uitleg over de werking van het product en hoe je met het juiste onderhoud de levensduur ervan verlengt.

Maar wat ga je vertellen als je naamsbekendheid wilt vergroten of leads wilt genereren. Je zal dan in het hoofd van de persona moeten kruipen. Gelukkig heb je deze in stap 2 gemaakt.

#### INBOUND VERSUS OUTBOUND COMMUNICATIE

Kies je boodschap zorgvuldig. In het belang van je kijkers. Want een valkuil is dat bedrijven snel geneigd zijn om over zichzelf te praten. En daar zit niet iedereen op te wachten. Verteld wordt hoe geweldig hun producten zijn of andere succesverhalen. Vergelijk het met het bekende verkooppraatje en reclame. Dit noemen we outbound communicatie. Echter voor zakelijke vlogs gelden andere regels.

Om aandacht te krijgen voor je vlogs moet je permissie krijgen van de doelgroep. Zij moeten het gevoel hebben dat de vlogs ze gaat helpen bij hun vragen en problemen. Geef ze die informatie en de kans op trouwe kijkers neemt toe. Deze vorm wordt inbound communicatie genoemd en is voor vlogs is belangrijk uitgangspunt.

#### LOS PROBLEMEN OP MET JE VLOGS

Door het maken van persona's ken je de wensen, behoeften en de problemen waar jouw doelgroep tegenaan loopt. Maak hier gebruik van en kies onderwerpen waarmee je ze helpt. Dit kunnen handige tips zijn, een samenvatting van een evenement of achtergronden over een relevant onderwerp. Door onderwerpen te behandelen die aansluiten bij de informatiebehoefte en het kennisniveau van de persona, krijg je enthousiaste kijkers die meer van je willen zien, zich inschrijven op je kanaal en zelfs anderen op de hoogte brengen van je vlogs.

#### Enkele voorbeelden

Vraag of probleem van de persona (doelgroep)	De inhoud van je zakelijke vlog
Hans heeft een evenement gemist	Jij bent er geweest. Doe verslag en geef een samenvatting van de hoogtepunten.
Evelien moet een nieuw werkproces leren.	In een paar vlogs geef je als ervaringsdeskundige enkele workshops ('how-to onderwerpen')
Bart wil over een onderwerp vanuit meerdere invalshoeken geïnformeerd worden.	Doe een interview of een ronde tafel discussie en deel opinies en meningen.
Steven overweegt een ingewikkeld product aan te schaffen en wil geadviseerd worden.	Maak een productreview of zet meerdere producten tegen elkaar af.
Sylvia zoekt een baan	Laat zien wie je als organisatie bent en laat medewerkers aan het woord.
Karel overweegt om bij jou een offerteaanvraag te doen	Win zijn vertrouwen en laat klanten aan het woord.



## 4. FORMATS: IN WELKE VORM GA JE HET VERTELLEN?

Nu je weet wat de boodschap is en aan wie je dit gaat vertellen, wordt het tijd om te bepalen welk format je gaat gebruiken. Wordt het een presentatie of een interview? Dit hangt onder meer af van het onderwerp en waar jij je het prettigst bij voelt.

### STUDIOPRESENTATIE

Om een onderwerp te behandelen dat gedetailleerde uitleg vergt is een presentatie in een studio of rustige ruimte op kantoor een slimme keus. In deze ruimte voorkom je bijgeluiden en ben je goed verstaanbaar vanwege de gerichte microfoonopstelling. Door gebruik te maken van bijvoorbeeld een groen scherm zijn de mogelijkheden van ondersteunende beeldmaterialen onbeperkt. Toon afbeeldingen of illustraties die je boodschap versterken. Kijk voor ideeën van formats op [www.vlogstudio.nl](http://www.vlogstudio.nl).

### INTERVIEW OF RONDE TafelGESPREK

Door met meerdere personen tijdens een interview een onderwerp te bespreken ontstaat er dynamiek en is de sfeer vaak ontspannen. Meestal ligt de nadruk wat minder op het 'leeraspect', maar biedt het de mogelijkheid om de kijker actief te betrekken bij het onderwerp. Vragen kunnen chronologisch worden behandeld, maar een open discussie kan natuurlijk ook. Vergeet niet het belang van de kijker, want deze staat ook hier centraal. Interviews en rondetafelgesprekken worden opgenomen in de studio of op een afgesloten locatie (bv. kantoor).

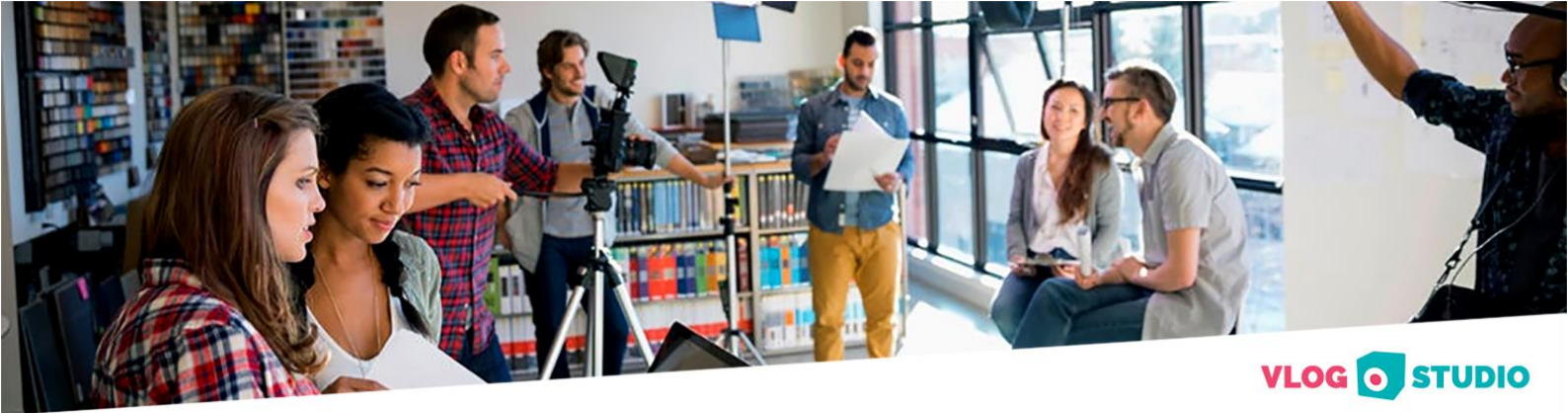
### VERSLAGGEVING

Altijd al een reporter willen zijn? Neem dan je vlogs op, op de plek waar het gebeurt. Bezoek een evenement, beurs of neem je vlog op in de wandelgangen van je organisatie.

Deze vorm van vloggen zorgt voor extra dynamiek. Maar vergeet niet, je kunt altijd voor onverwachte verrassingen komen te staan. Dit maakt het uitdagend, maar achteraf kan blijken dat de vlog niet goed gelukt is. Dat is zonde. Houd er rekening mee dat beeld en geluid onderhevig zijn aan alle externe omstandigheden. Gelukkig kan dit meestal in de nabewerking redelijk goed worden gecorrigeerd.

Maak het extra leuk en combineer verslaggeving op locatie met opnames in de studio. Er ontstaat een mix van actieve gebeurtenissen die worden ondersteund door achtergrondinformatie en verdieping. De nabewerking en montage zorgen voor een extra professionele uitstraling.





## 5. HET SCRIPT: IN WELKE VOLGORDE GA JE HET VERTELLEN?

Wanneer je de voorgaande stappen hebt uitgewerkt, dan is het moment gekomen om de werkelijke inhoud van de vlog te maken: **het vlogscript**.

In het script leg je de volgorde en tekst vast van wat jouw boodschap. Wanneer je de onderstaande 7 stappen hanteert, vergroot je de kans dat de kijker de vlog tot het einde bekijkt en dat de informatie begrijpelijk overkomt.

### HOE HET NIET MOET

Er zijn zat voorbeelden van zakelijk vloggen hoe het niet moet. Begrijpelijk ook, want zakelijk vloggen staat nog redelijk in de kinderschoenen. Toch wil je als bedrijf professioneel en onderscheidend overkomen.

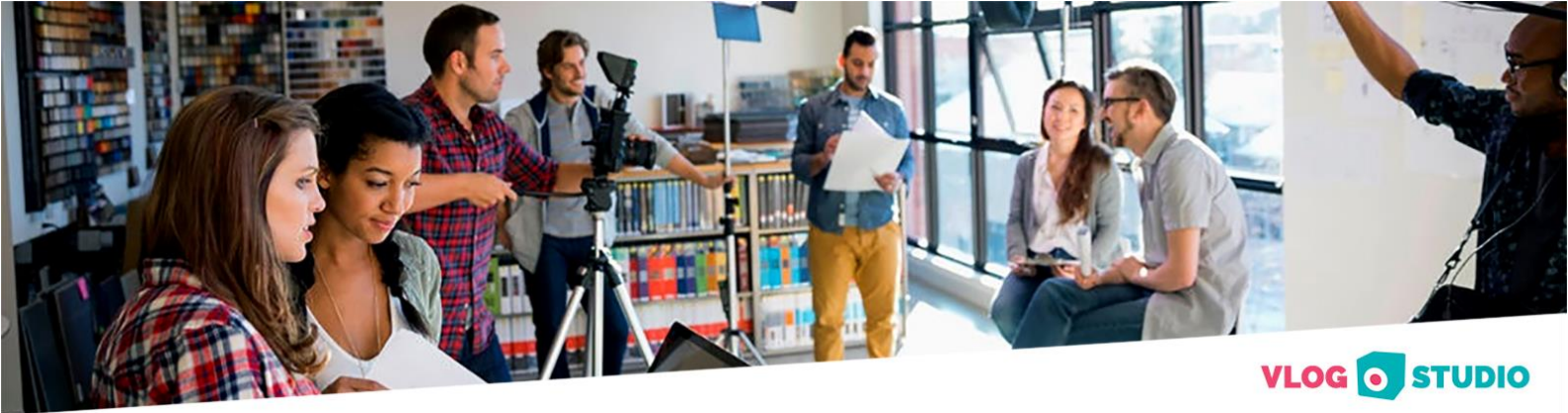
Waarom het vaak mis gaat is dat bedrijven experimenteren met vloggen zonder voorbereiding. Dit zie je terug in het eindresultaat: er wordt geen duidelijk voordeel voor de kijker geformuleerd, het is onsamenhangend en de techniek laat het afweten. Al met al ontstaat er een vlog zonder toegevoegde waarde waardoor de kijker interesse verliest in jouw vlog. En erger nog... in jouw bedrijf. Zo'n amateuristische vlog doet eerder kwaad dan goed.

### HOE MOET HET DAN WEL?

Net als met alle andere vormen van content, stel je de kijker centraal (zie de voorgaande 4 stappen). Help ze met hun probleem en kom met een oplossing. Maak gebruik van een vlogscript om te voorkomen dat ze vroegtijdig afhaken. Gebruik hiervoor de onderstaande 7 stappen.

#### **De 7 stappen van het vlogscript**

1. Attentie
2. Introductie
3. Probleem
4. Oplossing
5. Samenvatting
6. Actie
7. Afsluiting



## ZELF AAN DE SLAG MET JE VLOGSCRIPT?

Gebruik hiervoor ons voorbeeld vlogscript '7 Stappen voor een vlogscript met overtuigingskracht'. Dit document kun je gratis downloaden door op de link te klikken.

[Download vlogscript \(PDF\)](#)

Suggesties en opmerkingen zijn altijd welkom. Mail ze naar [info@vlogstudio.nl](mailto:info@vlogstudio.nl)

## CURSUS VLOGGEN

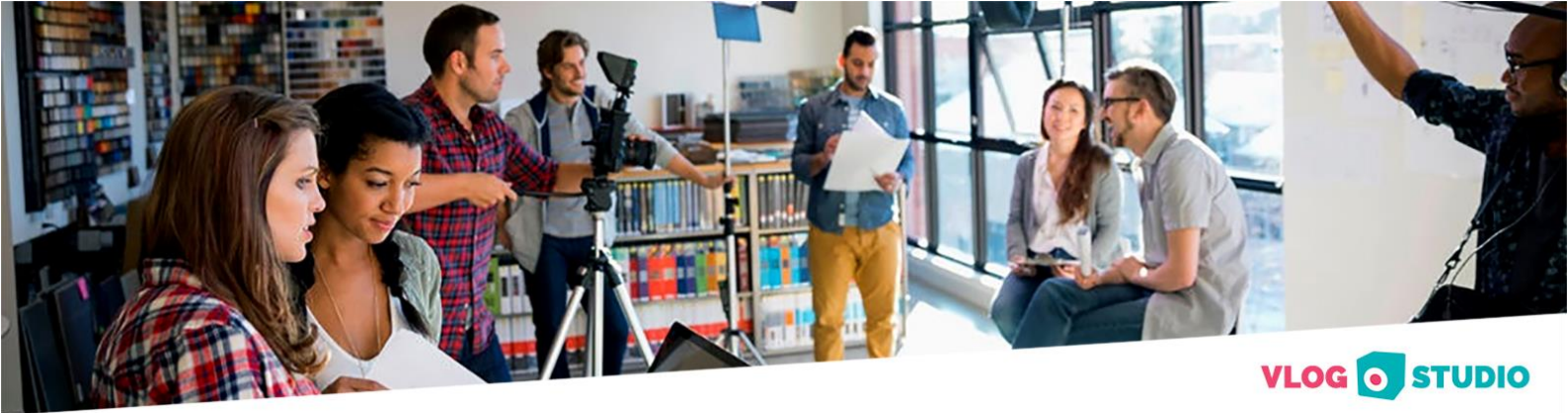
Ben je enthousiast geworden over zakelijk vloggen?  
En wil je nog beter worden? Wij geven professionele cursussen vloggen. Theorie & praktijk op 1 dag.

[BEKIJK PROGRAMMA CURSUS VLOGGEN](#)



Bel 023 - 55 15 016, mail [info@vlogstudio.nl](mailto:info@vlogstudio.nl) of bezoek de [website](#)





## COPYRIGHT

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden gekopieerd en/of gepubliceerd, in enige vorm of op enige wijze, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Neem voor publicatiemogelijkheden contact op via [info@vlogstudio.nl](mailto:info@vlogstudio.nl).

Bij overtredingen zijn de [algemene voorwaarden van Netrespons](#) van toepassing.

Tekst: Netrespons

Illustraties: Freepik.com



© [Vlogstudio/Netrespons](#) 2018