

VIDEOBROUWERS

CONTENT ANALYSE

**Door: Myrthe Tienstra, Marjolein Tiggelaar
en Daan Smid**

Inhoud

Content analyse, wat is ons opgevallen?	2
Algemeen.....	2
Per platform	2
Ons voorstel, wat voor ideeën hebben we?	3
Meer content plaatsen over het bedrijf zelf	3
Overstappen naar een Facebook businessaccount.....	3
Het aanmaken van een Linktree account.....	3
Het maken van stories op Instagram	3
Wat nog meer?	4
Hashtag Onderzoek Videobrouwers	5
De bedachte hashtags	9
Plaatsing advies	10
Geschikte dagen en tijden.....	10
Tips voor berichten plaatsen	11

Content analyse, wat is ons opgevallen?

Algemeen

- Frequentie van berichten is slecht zitten soms weken tot maanden tussen.
- Geen bedrijfsaccount, moeilijker om via socials contact op te nemen of informatie te vinden.
- Voorheen meer behind the scenes content en gebruik van hashtags, nu niet meer.
- Bijna geen content/informatie te vinden over de gezichten achter het bedrijf, wat is het bedrijf, waar staat het voor, missie/visie en waar is het bedrijf gevestigd?
- Huisstijl wordt niet juist doorgevoerd op alle kanalen, dit staat rommelig.
- Weinig gebruik van call to actions of crossmedia

Per platform

Platform	Aantal volgers	Frequentie berichten	Wat valt op?
Instagram	730 volgers	1x/ 2x per maand (per klus), laatste bericht 14 januari 2021	3 berichten achter elkaar met hetzelfde tekstbericht alleen dan met andere stills, geen gebruik van hashtags, gebruik van Insta-tv, er worden geen stories geplaatst, geen bedrijfsprofiel
Facebook	479 volgers	Weinig berichten, zit soms wel maanden tussen, laatste bericht 19 november 2020	Weinig interactie, veel videocontent, weinig foto's/stills
LinkedIn	102 volgers	-	Alleen informatie geen berichten
Vimeo	36 volgers	27 video's	Showreel is hier te zien, weinig volgers in verhouding tot andere platformen

Ons voorstel, wat voor ideeën hebben we?

Meer content plaatsen over het bedrijf zelf

Wie zitten erachter, hoe ziet de werkplek eruit, hoe gaan jullie te werk, wat is jullie verhaal? Volgers willen graag weten met wie ze te maken hebben. Ze willen verbinding voelen met het bedrijf. Door meer content hierover te plaatsen krijgen volgers een beter beeld bij wie erachter het bedrijf zitten. Op deze manier voelen ze meer binding en zullen ze ook sneller geneigd zijn om contact te zoeken.

Overstappen naar een Facebook businessaccount

Tijdens ons eerste overleg bleek dat de Instagram pagina nog niet gekoppeld was aan de Facebookpagina, eigenlijk doodzonde. Er zitten vele voordelen aan het gebruik van Facebook business. Zo kunnen volgers met enkele kliks makkelijk contact opnemen en het adres bekijken. Daarnaast kan je via de Facebook businesstool berichten inplannen. Op deze manier worden berichten op de geplande datum zowel op Instagram als Facebook geplaatst. Ook stories die via Instagram gepost worden, kun je dan terugzien op Facebook.

Het aanmaken van een Linktree account

Linktree is een handige tool waarmee je meerder links kan onderbrengen in één link. Wanneer er wordt gewerkt met Facebook business, is het lastiger om links in berichten te plaatsen. Links zijn namelijk niet klikbaar op Instagram berichten. Met Linktree kunnen er meerdere links in de bio. Bijvoorbeeld voor het verwijzen naar andere platformen of een contactformulier op je website. Kortom ons advies, maak een Linktree account aan en plaats de link hiervan in de bio.

Het maken van stories op Instagram

Stories zijn een ideaal middel om op een snelle manier content te plaatsen. Het voordeel van stories is dat deze na 24 uur verdwijnen. Ook kan je deze in aparte mapjes bewaren zodat deze langer bekeken kunnen worden. Stories zorgen voor meer interactie, door bijvoorbeeld een poll te plaatsen kun je je volgers laten meedenken met projecten.

Wat nog meer?

- Een voorstel video met daarin de gezichten achter het bedrijf, de locatie, missie/visie etc. Deze kan geplaatst worden op de socials en website.
- Content over de nieuwe huisstijl en website die in de maak is. Denk hierbij aan korte updates via bijvoorbeeld stories.
- Meer content met behind the scenes van projecten. Dit kan via stories of berichten met een korte toelichting over het project (indien mogelijk i.v.m. geheimhouding).
- Een keer live gaan of een Q&A starten via Instagram.
- Gebruik maken van hashtags bestaande uit een aantal standaard hashtags passend bij het bedrijf en hashtags die passend zijn voor het desbetreffende bericht.
- Bij het plaatsen van videostills het logo toevoegen. Hierdoor voorkom je dat volgers je berichten voorbij scrollen. Nu vallen ze niet genoeg op.
- 1 vaste huisstijl aanhouden en deze doorvoeren op alle kanalen en uitingen.
- Portretfoto's van de werknemers (zwart/wit) met daarbij een korte introductie. Deze kunnen geplaatst worden als bericht op de socials (ook LinkedIn) en eventueel op de website.
- Een call to action plaatsen in de bio van Instagram incl. pakkende introductietekst.
- Naast berichten op Instagram en Facebook, ook regelmatig updates plaatsen op LinkedIn, hier zitten ook veel potentiële klanten.
- Gebruik maken van een contentkalender/planning, door een planning te maken en vooruit te werken met berichten krijg je meer structuur en rust.
- Een video voor Instagram met een rondleiding in het bedrijf
- Betere frequentie aanhouden qua postgedrag, dagelijks of wekelijks een bericht. Niet maanden niks van je laten horen.
- 1 stijl aanhouden bij de Instagram feed
- Bedrijven waarmee is samenwerkt meer betrekken door middel van testimonials, denk aan een bericht met foto's en tekst of een korte video met toelichting.
- Het proces laten zien hoe een video tot stand komt, dit kan in de vorm van een video of door middel van losse stories.

Hashtag Onderzoek Videobrouwers

(Door: Myrthe Tienstra)

Even wat voor informatie over de hashtag:

De hashtag werd in 2007 bedacht door een ex-Google en ex-Uber medewerker, om woorden op Twitter te groeperen. Een hashtag is eigenlijk een sleutelwoord. Het woord is klikbaar, zodra je er een # voorzet. Ze werken het beste op socialmedia platformen waar gebruikers een open-profiel hebben.

De feitjes:

- Het is belangrijk om een zojuist mogelijk beeld te schetsen met je onderschrift en je hashtags.
- Berichten met hashtags ontvangen meer likes en reacties, omdat ze door meer mensen gezien worden, dan alleen door jouw volgers. Je bent ten eerste dus beter zichtbaar en ten tweede kun je daar meer volgers aan over houden.
- Er zijn veel gebruikers die zoeken op hashtags of tikken op de hashtags van anderen, omdat ze meer willen weten en zien over het onderwerp in kwestie.
- Je kunt de hashtags dus gebruiken voor de doelgroep die JIJ wilt bereiken.
- Het algoritme van Instagram heeft het liefste berichten die bestaan uit populaire en niche hashtags. Niche hashtags zijn hashtags die alleen mensen in een bepaalde doelgroep gebruiken zoals bijv. foodies. De mensen die bij jouw berichten terechtkomen door op een niche hashtag te klikken zijn hoogstwaarschijnlijk ook echt in jouw content geïnteresseerd.

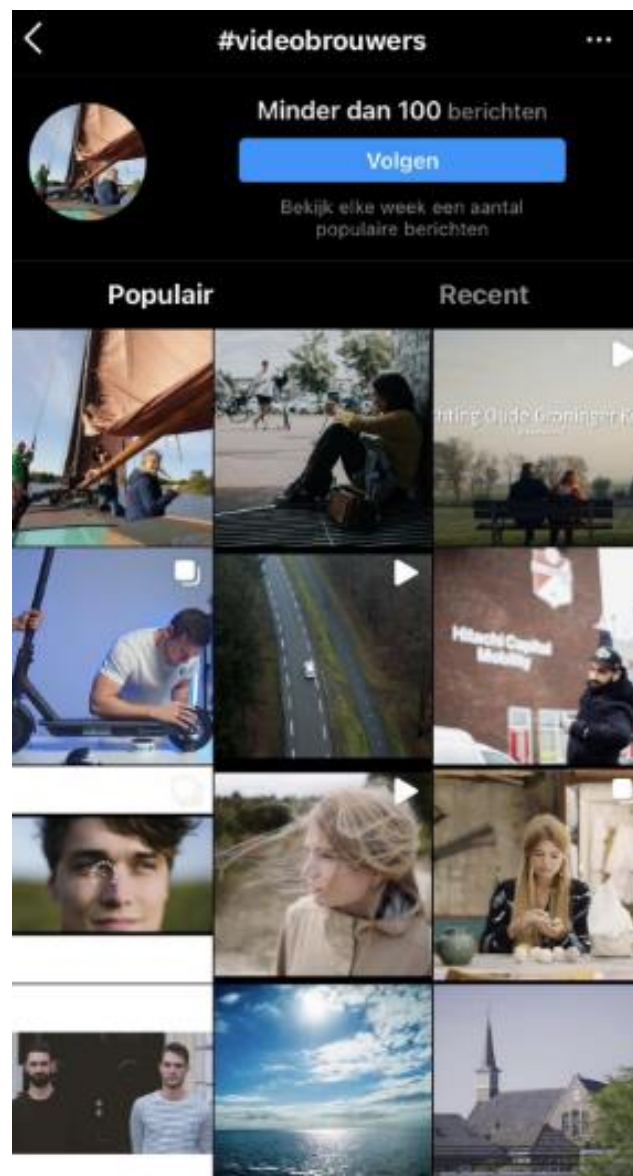
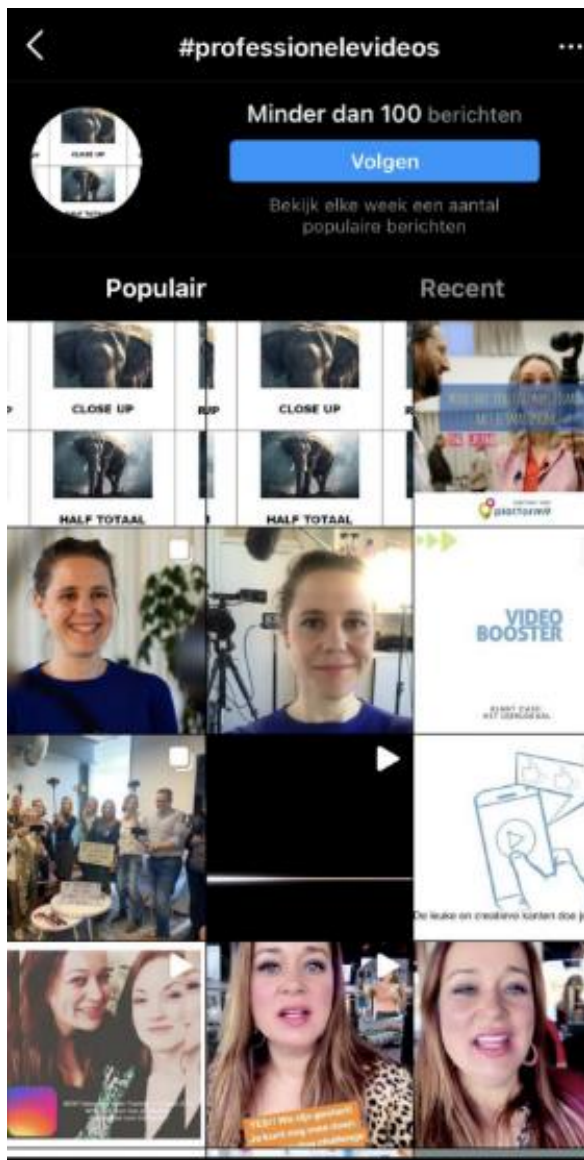
Wat is de juiste hashtag voor Videobrouwers?

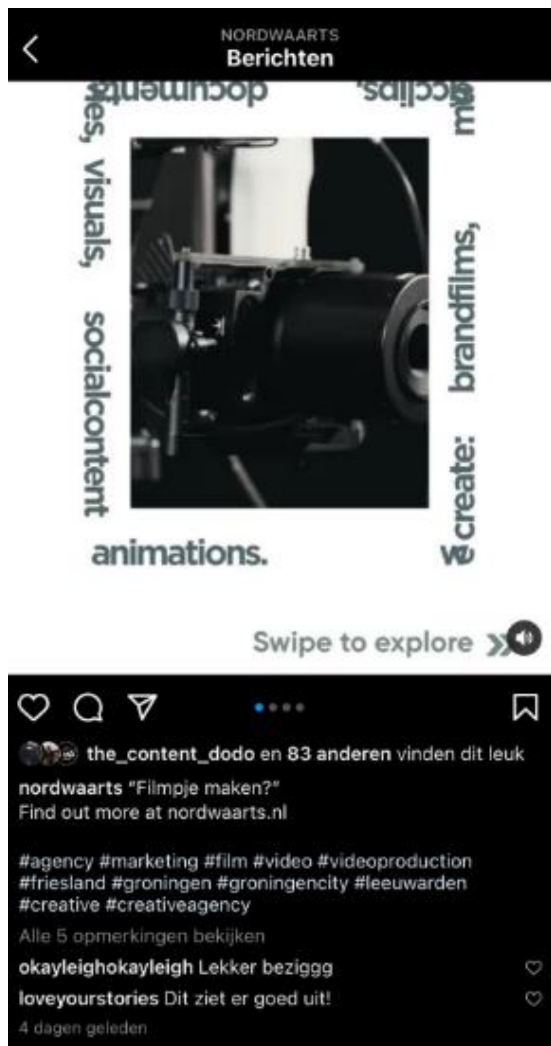
De simpelste manier is om in de Instagram zoekfunctie op 'tags' te klikken en vervolgens een hashtag in te typen. Je krijgt dan ook gerelateerde hashtags te zien en de mate waarin die gebruikt worden. De eerste negen zijn populaire berichten, daaronder vind je de meest recente, op chronologische volgorde.

Populaire berichten zijn berichten waar een meer dan gemiddeld aantal likes of reacties op gekomen zijn, maar de foto's zijn meestal niet ouder dan een maand. Om tussen die resultaten te komen moet je dus boven dat gemiddelde aantal likes scoren. Dat kun je jezelf tot doel stellen voor de belangrijkste hashtags voor jouw bedrijf of dienst, of jouw persoonlijkheid. Dit betekent ook dat je die specifieke hashtag vaak moet gaan gebruiken. Op Instagram op je smartphone krijg je bij je zoekresultaten ook gerelateerde hashtags zien. Die kunnen handig zijn in je zoektocht naar de juiste hashtags voor jou. Claim je eigen hashtag! Je bedrijfs, of merknaam is prima, maar niet zo inspirerend. Probeer wat creatiever te zijn en mensen echt iets met bijvoorbeeld de producten uit jouw winkel op Instagram te laten doen. (Jassies, 2019)

Conclusie

Jullie gebruiken te weinig jullie eigen hashtag. Daarnaast zijn jullie videomakers, dus raad ik aan om ook deze hashtag te gebruiken. Niet meer dan 25 hashtags gebruiken!





videomattie 'GET OUT THERE'

CREDITS

DP: @rohwei
 Storyboard: @yannickvanoort
 Sounddesign: @marveyizijk_audio
 Grading: @marcovanbergen.colourist
 AC: @lars.v.o
 BTS: @dwaynepolman
 Model: @shiona_fabienne
 Special thanks: @sanderjanssen_director

Shot on Alexa Mini LF and Sigma FF lenses. Supplied by @cinesupply.nl

Gebruik #videomattie of tag ons en wellicht zie je jouw werk terug op onze Instagram!

#doplife #cinematographer #director #slowmotion #btw #behindthescenes #cinematography #filmschool #indiefilm #camerasetup #filmmaker #filmmaking #filmlighting #camera #fps #filmmakerslife #aputure #onset #setlife #shoot #dp #acting #arri #commercial #movieset #filmmakers #cinelens #cinematic

Alle 6 opmerkingen bekijken

14 februari · [Vertaling bekijken](#)

De bedachte hashtags

#videobrouwers #videobrouwersleeuwarden #leeuwarden
#kijkdashetmooeivanleeuwarden #lf2028videobrouwers #lfvideobrouwers
#videomakers #videobrouwersmaken #filmsmaken #videomarketing
#videomarketingnederland #onlinegroei #creatievecontent #videocreatie
#onlinezichtbaarheid #verhalenvertellen #storytelling #passie #onlinegroei #passie
#ambitie #editvideo #onlinemarkt #videocreatie #bedrijfsfilm
#videomakersleeuwarden #videocampagne #videomakers058 #makers058
#videobrouwers058

Specifiek voor een bericht

#sportfryslan #supawayheerenveen

Extra

mooiedingenmakers.nl/wordlid

Als jullie je aansluiten is dit ook nog een optie voor de hashtag.

Engagement verhogen

- Kijk naar de analyses via het bedrijfsaccount.
- Zo kun je zien waar je volgers vandaan komen en op basis van de locatie vorm je weer een hashtag.
- Voeg locatie's toe aan je posts en aan je stories.
- Hashtags zijn ook zeer geschikt voor stories!
- <https://2bfound.nl/blog/instagram-9-tips-die-je-engagement-verhogen/>

Creatief content idee: Een mini tutorial hoe je bijvoorbeeld een videocv maakt.

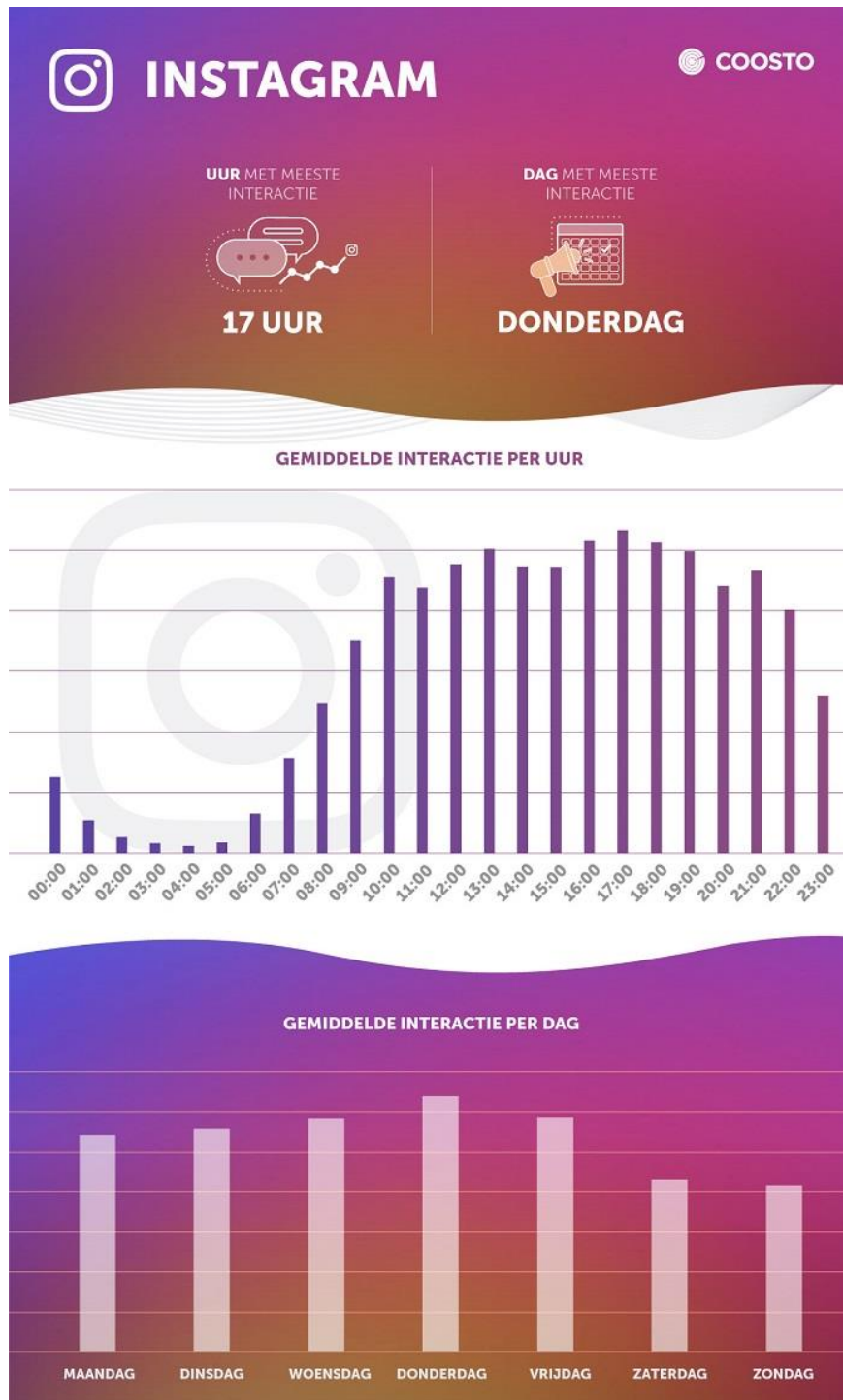
Plaatsing advies

(Door: Marjolen Tiggelaar)

Geschikte dagen en tijden

Ons advies is om 2x per week posten. Op deze manier is het plaatsgedrag consistent. Mocht er minder te posten zijn qua onderwerpen dan minimaal 1x per week posten.

Beste dagen en tijden om te posten zijn, di om 15:58 en do om 17:03. Deze zijn mooi verdeeld over de week en deze tijden doen in het over algemeen het beste. Door niet op een rond getal te zitten ben je andere accounts voor met plaatsen waardoor je bovenaan komt te staan.



Tips voor berichten plaatsen

(Door: Daan Smid)

Do's bij berichten:

- Tag bedrijven en samenwerkingspartners in je bericht.
- Voeg je bedrijfslocatie toe aan je bericht, zo kunnen volgers zien waar het bedrijf is.
- Voeg op Facebook de optie toe aan het bericht dat volgers contact met je kunnen opnemen. (onderdeel van Facebook business).

Bericht voor Instagram en Facebook met een teaser van jullie nieuwe huisstijl en website:

