

VERKOPER WORDT CAMERAMAN (M/V)

De voordelen van YouTube voor uw klanten

Kent u het voorbeeld van een zangeres die, zonder de hele idols-tour te hoeven doorlopen, bekendheid kweekt via internet? Haar naam is Mia Rose en ze werd enorm populair door een eigen korte film op YouTube te plaatsen. Ze werd bovendien benaderd door platenmaatschappijen. Wat hebben uw klanten aan de inzet van YouTube? Dit artikel is bedoeld als inspiratie voor u en uw collega's van de afdeling marketing. Kijk eens wat u en uw organisatie hiermee kunnen doen ten gunste van uw klant.

15 MINUTES OF FAME

Vele zangers en zangeressen doen op YouTube een poging hun "15 minutes of fame" te bereiken. YouTube heeft wat dat betreft immers ongekende marketing-mogelijkheden. Rose plaatste een zelfgemaakt nummer online. Vervolgens ging dat nummer een eigen leven leiden. Een drummer die zij niet kent, nam het nummer over en plaatste drums achter haar nummer. Daarna kwam er een basgitarist die er weer zijn toevoeging aan gaf. Dit resulteerde in een mooi samenspel tussen drie musici die elkaar niet kenden. Leuk, kunt u denken ... "Ik ben verkoper en geen zangeres. Wat heb ik hier nu aan?"

EEN EIGEN YOUTUBE KANAAL

YouTube kan uw organisatie helpen aan meer bekendheid en meer links. YouTube kan ook meer service geven aan uw (potentiële) klanten en relaties. Het gaat hier dan uiteraard niet om het online plaatsen van filmpjes van het uit de hand gelopen bedrijfsfeest, maar wel om uw klanten en relaties een goed inzicht te geven in wat u doet en wat de toegevoegde waarde is voor hen.

Ik raad u aan eigen YouTube kanaal (= gratis) op te starten, waarop u laat zien wat uw bedrijf voor haar klanten doet. De geplaatste video's kunnen een combinatie van borrels zijn, presentaties of klantendagen. Het geeft een potentiële klant een mooie indruk van wat ze van u en uw bedrijf kunnen verwachten. De video's koppelt u ook aan uw blog (weblog) waardoor een uitwisseling van links en kliks ontstaat.

WEB 2.0

Een leuke bijkomstigheid van YouTube is dat er vaak mensen zijn die gaan reageren op uw filmpje met een eigen filmpje. Op die manier gaat uw filmpje een heel eigen leven leiden. Of er komen reacties 'in tekst' bij en beoordelingen. Ik adviseer u deze reacties in de gaten te houden op inhoud en taalgebruik. Stel

daarom een moderator hiervoor aan. Dat 'de gebruiker' ook wel eens in de bestuurdersstoel zit, is typisch iets van deze tijd: web 2.0. Deze tweede versie van internet wordt ook wel het sociale web genoemd. Op internet zijn allerlei voorzieningen beschikbaar gekomen die het uiterst gemakkelijk maken voor iedereen om informatie te publiceren, netwerken te vormen, te reageren op anderen of samen te werken. Voorbeelden hiervan zijn weblogs, Twitter, YouTube, Hyves, LinkedIn en wiki's.

Als 'web 2.0' wordt vervangen door 'verkoper 2.0', dan betekent dit dat de hedendaagse verkoper ook op het World Wide Web actief is en daar zelf de interactie met de ander opzoekt. De verkoper in een nieuw jasje.



INSTRUCTIEFILMPJES OP YOUTUBE ALS KLANTENBINDING

Als uw organisatie besluit instructiefilmpjes online te plaatsen dan doet u ook nog eens aan een extra klantenbinding. U geeft uw klanten de mogelijkheid instructiefilmpjes waar en wanneer ze willen terug te zien. Bijkomend voordeel is dat de filmpjes ook gevonden worden door 'de zoeker', zelfs op mobiele telefoons. Het gebruik maken van diensten zoals YouTube kan het bereik van u en uw organisatie dus enorm vergroten. Maar u moet er wel wat voor doen. Alleen het plaatsen van een video is niet voldoende. U moet de video 'optimaliseren'. Dus eerst zorgen voor een interessante en goede video. Voorzie de video dan van de juiste omschrijving, de juiste zoektermen. En u kunt deze ook nog online promoten. Het resultaat is er dan ook naar.

VIDEO-WEBSITES EN ZOEKMACHINES

Een bijkomend voordeel van YouTube is de vindbaarheid van de video's in Google. Steeds meer zie je ook in de 'gewone' zoekresultaten video's terug komen. Dit betekent dat uw organisatie naast de tekstuele vindbaarheid ook kan werken aan de vindbaarheid via video's.

Is het handig om alleen YouTube te gebruiken? Het is momenteel de meest bezochte videosite dus het is zeker een van de belangrijkste kanalen. Maar YouTube is zeker niet de enige. U kunt uw video bij zeer veel verschillende videodiensten zoals bijvoorbeeld Google Video, MSN Video en Vimeo plaatsen. Uw bereik zal daardoor alleen maar toenemen.

VERKOPER WORDT CAMERAMAN (M/V)

Hoe pakt u dat nu aan, uw eerste eigen videoproduktie op het internet? Ik schets hoe ik het zelf heb gedaan en wat ik de deelnemers van verkooptrainingen adviseer en ook u. Voor een paar honderd euro heb ik pas een HD-camera (HD staat voor hoge kwaliteit) gekocht ter grootte van een mobiele telefoon. Er zit een ingebouwde usb-stick in en ik kan 1 uur hoge kwaliteit film opnemen en deze filmfragmenten heel makkelijk op mijn laptop overzetten. De filmfragmenten zet ik in een handomdraai in de goede volgorde, ik knip hier en daar een stukje eraf en ik heb een film. Deze film kan ik, als ik wil, uploaden naar een videowebsite als YouTube. Desnoods met een muziekje eronder (let op de auteursrechten! Kijk op BumaStemra.nl). Dit alles is techniek en vergt uiteraard wel wat creativiteit van uzelf. Overweeg ook om een digitale camera aan te schaffen en interessante onderwerpen te filmen. En als u 'zelf doen' niet kan of wil, overweeg dan om een cameraman in te huren. Dit heb ik ook gedaan voor interviews. Maar ook heb ik 'eigen producties' op YouTube geplaatst. Zie wat voorbeelden op youtube.com/vendicum.

In dit artikel omschrijf ik globaal hoe u video op uw website produceert en publiceert. Als u uitgebreid hierover wilt lezen, kijk dan op www.frankwatching.com/topstories (en kijk bij corporate communicatie). U leest dan onder meer dat het beter is eerst het doel en de communicatieboodschap te bepalen voordat u aan de slag gaat.



MAAR WÁT FILMT U DAN? IK GEEF U ANTWOORD AAN DE HAND VAN EEN VOORBEELD ...

VRACHTWAGENCABINES PIMPEN

Ik had onlangs een deelnemer in mijn verkooptraining en hij 'pimpte' vrachtwagencabines en –interieurs op. We kwamen te spreken over hoe hij dit nu kon laten zien aan zijn potentiële klanten: de chauffeurs en eventueel hun beslissende leidinggevenden? De nieuwe media maken ook een onderdeel uit van de trainingen en zo kwam de deelnemer tot de conclusie dat hij een 'voor' en een 'na' situatie gaat filmen. Misschien zelfs wel 'the making of'. Zo kan de doelgroep heel snel en duidelijk zien hoe de vrachtwagen er voor de behandeling uitzag en hoe erna. Wat zijn nog meer toepassingen en voorbeelden van 'voor' en 'na'? Ik denk aan een kapper. Cosmetische behandelingen. Afvalwerking. De hovenier. Een logistiek dienstverlener. De bouw. Restauratie (auto's, gebouwen). Instructie van het gebruik van software. De mooie apparaten die u verkoopt. Ik kan zo even doorgaan ... Zowel diensten als producten laten zich makkelijk filmen. Mensen filmen is het mooist. Het maakt het persoonlijk, herkenbaar en dichtbij. Mensen kopen van mensen tenslotte ... Ziet u al aanknopingspunten?

DE KLANT IN HET ZONNETJE

Er zijn vast klanten die hun 'testimonial' (referentie over uw aanpak) willen vertellen voor de camera. Niet alleen uw bedrijf staat in het zonnetje, maar ook de klant(!) en deze klant stuurt – zo trots als hij is - de link met het filmpje weer door naar bekenden en er ontstaat een soort virale besmetting rondom u en uw bedrijf. Regel wel toestemming voor het opnemen van anderen.

JONGEREN

De nieuwe generatie (jongeren) neemt informatie in 'beeld' beter op dan in tekst hoorde ik pas iemand zeggen. Zij groeien op met nieuwe media

en weten niet beter. Maar ook degene die niet meer jong is, zal meer geraakt worden door de combinatie van beeld en geluid bij het overbrengen van een boodschap. Speel hier met de nieuwe media op in en schrijf niet alleen op wat u doet (brochure en websiteteksten) maar laat het ook zien!

KISS

Wees u ervan bewust dat mensen in deze snelle tijd ook even snel afhaken. Hou daarom uw webfilm kort. Denk aan 1 minuut met soms een uitschieter naar circa 4 minuten. Maak een webfilm dus KISS: Keep It Short & Simple. Dan komt het aan ...

EXPOSURE

Wordt u de nieuwe Mia Rose onder de verkopers? Misschien wel. Zij heeft het in ieder geval voor elkaar gekregen om meer dan 1 miljoen hits op Google op haar naam te krijgen. En meer dan 1.500 op YouTube. Ik ben dan wel veel minder bekend dan Mia Rose, maar krijg toch regelmatig aanvragen naar aanleiding van mijn webfilms. Reacties als: "Nu kan ik zien hoe je het aanpakt en wie je bent ..." hoor ik meerdere malen terugkomen. Ook wordt mijn website beter gevonden doordat ik de webfilms heb 'geëmbd' (= opgenomen) op mijn bedrijfswebsite.

Overweeg serieus om ook meer met beelden te gaan werken en uzelf, uw dienst/product en bedrijf meer op de kaart te zetten en creëer iets wat tot voordeel leidt voor uw klant. Zowel uw klant als u plukken daar beiden de vruchten van.

Bronnen:

- Bas van den Beld www.basvandenbeld.nl
- Floor van Riet en Rogier van den Berg
- www.frankwatching.com/topstories

Auteur: Jan-Willem Seip
www.vendicum.nl