

ROADWORK ROADWORK ROADWORK
ROADWORK ROADWORK ROADWORK

VIDEOMARKETING VOOR SUCCESSVOLLE WERVING



WAAROM VIDEOMARKETING?

Videomarketing is absoluut onmisbaar in jouw marketingstrategie. Waarom? Omdat video's niet alleen opvallen, maar ook zorgen dat jouw boodschap beter blijft hangen. Laten we eerlijk zijn, video's zijn simpelweg boeiender dan lange teksten! Video's komen geloofwaardig over en grijpen de aandacht van je doelgroep als geen ander.

Er zijn eindeloos veel soorten video's die je in kunt zetten. Deze kun je dan vervolgens delen op je sociale media of eigen website.

Maar video is ook ideaal tijdens een evenement, beurs of congres.

Hoe je de video gaat gebruiken heeft veel invloed op hoe je de video maakt. Zorg er daarom voor dat je je publiek goed kent, dat je authentiek bent en dat je kort en krachtig je boodschap overbrengt. Dit helpt je om unieke en boeiende content te maken die echt aanslaat bij je doelgroep.

Met deze speelse aanpak wordt videomarketing niet alleen een onderdeel van je strategie, maar een creatieve en effectieve manier om je boodschap over te brengen.



WAAROM VIDEO BIJ WERVINGSCAMPAGNES?



Voegt emotie toe aan het formele sollicitatieproces.



Bouwt vertrouwen op bij potentiële nieuwe collega's.



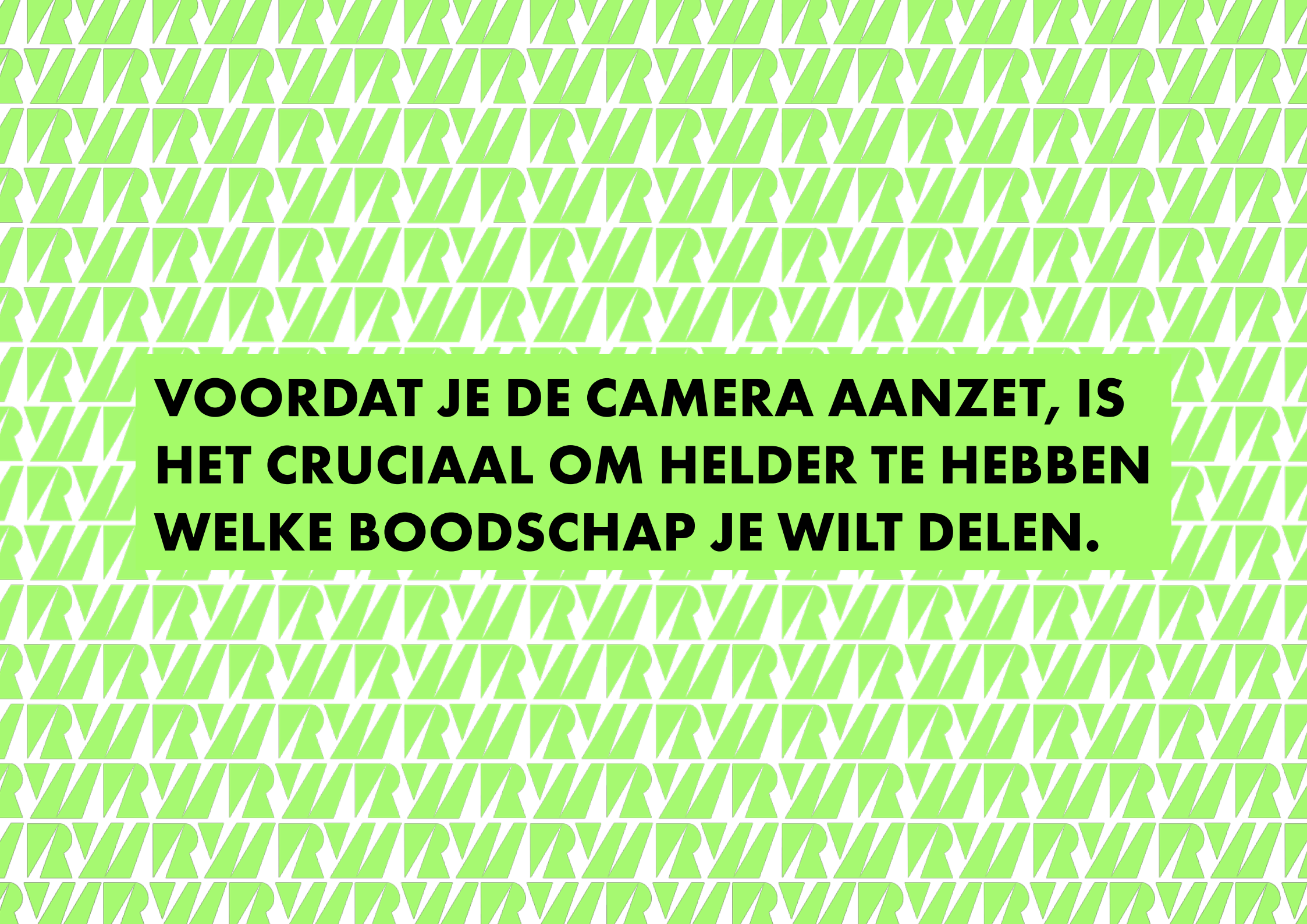
Video's zijn overtuigender dan tekst.



Laat zien wie jullie echt zijn!



Maakt het sollicitatieproces leuker en persoonlijker.



**VOORDAT JE DE CAMERA AANZET, IS
HET CRUCIAAL OM HELDER TE HEBBEN
WELKE BOODSCHAP JE WILT DELEN.**

BOODSCHAP BEPALEN

BEHOEFTE ORGANISATIE

Vertel wat jouw organisatie nodig heeft. Zoek je creatieve denkers, techneuten, of teamspelers?

Wat voor vaardigheden en eigenschappen zijn essentieel voor de rol?

Deel je organisatiedmissie en -waarden om potentiële kandidaten te laten zien wat jullie drijft.

BEHOEFTE SOLLICITANT

Denk vanuit de kandidaat: waarom zouden ze voor jouw organisatie willen werken?

Wat maakt jullie uniek? *Vertel over de voordelen zoals doorgroeimogelijkheden, een prettige werkomgeving of interessante projecten.* Laat zien hoe jullie investeren in jullie medewerkers en hoe jullie hun carrière ondersteunen.

DOELGROEPBEPALING

Bepaal wie je wilt aanspreken met je video. Zijn het jonge professionals, ervaren specialisten of juist een specifieke sector? *Pas je boodschap en toon aan op deze doelgroep.*

Gebruik een stijl die je doelgroep aanspreekt en maak duidelijk waarom jouw organisatie perfect bij hen past. Denk aan humor, een informele toon of juist een meer serieuze aanpak afhankelijk van wat jouw publiek representeert. *Voor het creëren van een band met je kijker is het heel belangrijk dat ze zich herkennen in de video.*

Kies het juiste kanaal om je video te delen. LinkedIn is bijvoorbeeld geschikt voor zakelijke professionals, terwijl Instagram en TikTok beter werken voor een jong publiek.

YouTube is ideaal voor uitgebreide content en Facebook biedt een mix van doelgroepen.

Pas je video's aan per kanaal om maximale impact te bereiken.



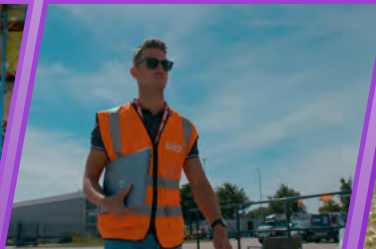
Om je boodschap op de mooiste en meest effectieve manier over te brengen, kun je kiezen uit talloze videostijlen. Hier zijn een paar toffe opties:

VERSCHILLENDE STIJLEN



GEZAMENLIJKE BOODSCHAP

Jouw team is het gezicht van je organisatie. Laat het hele team samenwerken voor een gezamenlijke boodschap. Dit versterkt het gevoel van saamhorigheid en geeft een speelse dynamiek.



DAY IN THE LIFE

Laat je kijkers zien hoe een typische werkdag binnen jouw organisatie eruit ziet, van de koffie tot de teammeeting en de vrijmibo. Dit geeft een authentiek beeld van de organisatie en de werksfeer.



VLOG

Laat een medewerker vloggen over zijn of haar werkdag. Dit kan een informele en speelse manier zijn om een kijkje achter de schermen te geven. Vlogs zijn persoonlijk en dynamisch.



INTERVIEW

Zet collega's voor de camera en laat ze vertellen over hun ervaringen. Het is een geweldige manier om persoonlijke verhalen en bedrijfscultuur over te brengen.



BEHIND THE SCENES

Laat zien wat er gebeurt achter de schermen tijdens dagelijkse werkzaamheden. Dit geeft een exclusief inkijkje en toont hoe jouw organisatie opereert om succesvol te blijven.

1

LAAT JE EIGEN MEDEWERKERS SCHITTEREN

Laat je collega's zelf vertellen over hun werkdag. Dit geeft een persoonlijk en authentiek beeld van het dagelijks leven binnen je bedrijf. Zij zijn het gezicht van je organisatie voor veel klanten. Geef hen de kans om zichzelf te presenteren en te vertellen wat hun rol inhoudt. Dit laat zien dat je organisatie draait om mensen.

2

MAAK HET PERSOONLIJK

Laat medewerkers vertellen over hun huidige projecten en successen. Wat vinden ze leuk aan hun werk? Wat maakt hun dag speciaal? Dit geeft een echt en enthousiast beeld van de werksfeer.

3

ZORG VOOR EEN GOEDE SFEER TIJDENS DE DRAAIDAGEN

Zorg voor een positieve en ontspannen sfeer tijdens de draaidagen. Moedig open communicatie aan en sta open voor ideeën. Een goede stemming helpt om de energie hoog te houden, wat bijdraagt aan vlotte en authentieke opnames.

4

DEEL PERSOONLIJKE VERHALEN

Laat medewerkers iets persoonlijks delen. Hun hobby's, favoriete werkherinneringen, of waarom ze voor jouw organisatie hebben gekozen. Dit geeft een menselijker beeld en maakt de video veel aantrekkelijker.

5

TOON DE ORGANISATIECULTUUR

Neem je kijkers mee naar teamuitjes, lunchpauzes, en andere informele momenten. Dit laat de echte organisatiecultuur zien en helpt potentiële sollicitanten te bepalen of ze zich thuis zouden voelen in jouw team.



WERKEN IN REEKSEN

Werken in reeksen biedt verschillende voordelen.

MEER CONTENT VOOR DEZELFDE PRIJS

Door efficiënt gebruik te maken van reeksen, kun je meer halen uit je budget. Je kunt meer content produceren zonder dat dit extra kosten met zich meebrengt, waardoor je investering in videocontent optimaal benut wordt.

AANDACHTSBOOG

Het werken in reeksen stelt je in staat om een verhaallijn of thema geleidelijk aan te ontwikkelen. Hierdoor kun je de aandacht van je publiek beter vasthouden en hen meenemen in een samenhangend verhaal of onderwerp.

PLAATSINGSMOMENTEN

Door video's in een reeks te plaatsen, kun je een consistente planning creëren voor het publiceren van content.

Dit maakt het voor je publiek gemakkelijker om te anticiperen op video's en verhoogt de betrokkenheid.

SHORT FORM CONTENT

Reeksen lenen zich goed voor het maken van kortere video's die specifieke aspecten van een onderwerp behandelen. Dit is ideaal voor platforms waar de aandachtsspanne van kijkers korter is, zoals op sociale media.

VIDEOCONTENT HERGEBRUIKEN

Door in reeksen te werken, kun je bestaande videocontent slim hergebruiken. Dit bespaart tijd en middelen, omdat je niet telkens nieuwe content hoeft te creëren, maar juist kunt voortbouwen op wat al gemaakt is.



BAK KOFFIE DOEN?

Heb je vragen, opmerkingen of gewoon zin in een goed gesprek?
Wij staan klaar met de koffie en creatieve ideeën!
Neem gerust contact met ons op.

WAT KUNNEN WE VOOR JOU DOEN?



RENÉ
Eigenaar

Is het eerste creatieve aanspreekpunt. Vertaalt de wens naar een perfect scorende productie.

Praat daarnaast graag over autosport. (op tv)



ROBIN
Creative Artist

Video en (motion-graphic) animatie vinden elkaar dankzij Robin.

Praat daarnaast graag over autosport. (bij de borrel)



SARAH
Creative Artist

Creatieve duizendpoot. Van projectleider, tot camerawerk, editing en vormgeving.

Begon ooit als stagiair, en is lekker blijven plakken.



NIELS
Creative Artist

Niels denkt in beeld. Of het nu gaat om het plaatje bepalen, of in de edit de juiste keuzes maken.

Hij maakt van elk shot een meesterwerk.



JASPER
Administratie

Jasper balanceert de administratie. Daarnaast ook snelle leerling in het editen.

Nu druk bezig zijn rijbewijs te halen.

Rendementsweg 20B
3641 SL Mijdrecht

hello@studioroadwork.nl
0297-385254