GGTV
VERBREEDT BEELD

GGTV Informatie

Welk online videokanaal kan ik het beste gebruiken?

Gefeliciteerd. Je hebt een mooie video gemaakt of laten maken! Maar hoe zorg je ervoor dat zoveel mogelijk mensen naar je video gaan kijken? We gaan je daarbij helpen. We vertellen je over de verschillende mogelijkheden en de voor- en nadelen daarvan.

Wie is je doelgroep?

De eerste vraag die je jezelf moet stellen is: wie gaat er naar mijn video kijken? Bij het verspreiden van je video is het belangrijk om te bedenken wie je wilt bereiken. Welke leeftijd heeft je doelgroep, welke interesses hebben ze, waar is je doelgroep (online) te vinden?

Als we vooral kijken naar video dan zie je dat YouTube en Instagram erg populair zijn onder jongeren. Facebook wordt op dit moment het meest gebruikt door 20 - 39 jarigen, maar ook de 'oudere' doelgroep 40 - 64 jaar is daar goed vertegenwoordigd. Daarnaast is Facebook hét platform waar 65 plussers actief op zijn.

LinkedIn wordt goed gebruikt door de zakelijke professionals vanaf 20 jaar.

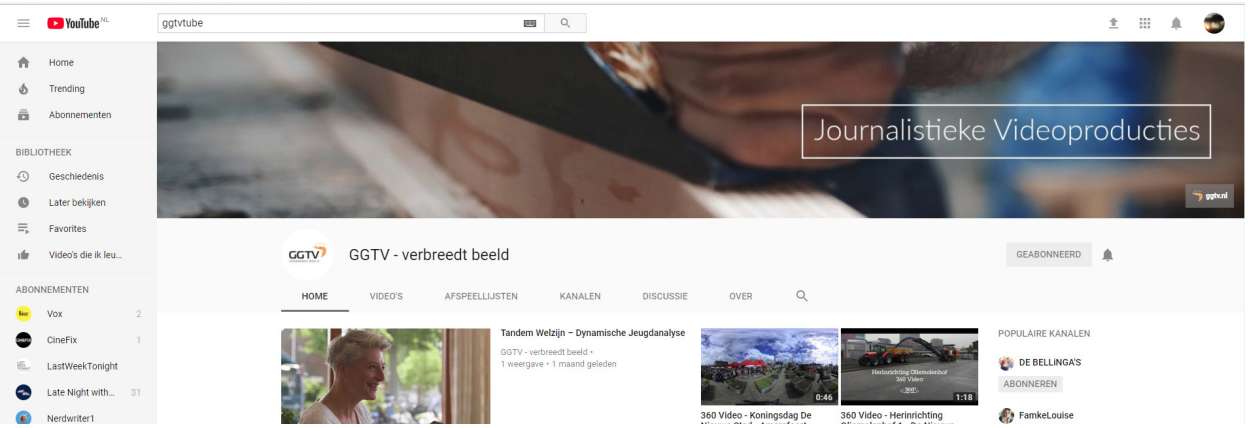
Welke online kanalen kan ik het beste gebruiken?

De volgende vraag is dus: welke online kanalen ga ik gebruiken? Wij zetten de meest gebruikte kanalen op een rijtje en laten je zien hoe je daar gebruik van kunt maken.

YouTube

We beginnen bij YouTube. Misschien wel het **bekendste online videokanaal** ter wereld. In 2016 werden er 300.000 video´s van in totaal 80.000 uur per dag geupload. In Nederland waren er in 2017 7,5 miljoen gebruikers, waarvan 1,7 miljoen dagelijks video's kijken.

Google is eigenaar van YouTube, daarom worden je video's goed gevonden op het wereldwijde web. Toch heeft YouTube ook nadelen. Juist doordat het door heel veel mensen gebruikt wordt, staat er ook veel oninteressant videomateriaal op. **Het is erg moeilijk om op te vallen tussen al die video's.**



YouTube is het meest bekende videokanaal ter wereld

Het verdienmodel van YouTube is gebaseerd op advertentie inkomsten. Er worden dus ook **advertenties** getoond voor of na je video. Dit wil je misschien niet. De opties om je video in te sluiten op je website zijn beperkt, het blijft altijd duidelijk YouTube. Dit kan **minder professioneel** overkomen.

Tenslotte worden er aan het einde van je video suggesties getoond voor andere video's. Hier heb je zelf geen invloed op.

Toch is het zeker aan te raden om een YouTube kanaal aan te maken voor je bedrijf of organisatie. Met name omdat het je **online vindbaarheid** enorm vergroot.

Vimeo

Vimeo is een ander videoplatform dat is ontstaan als **alternatief voor YouTube**. Het wordt van oudsher vooral gebruikt door artistieke filmmakers en videokunstenaars. Het is bijvoorbeeld niet toegestaan om zeer commerciële uitingen en game-video's te uploaden. Ook mag je alleen maar eigen werk plaatsen. Toch zijn er tegenwoordig steeds meer bedrijven die werken met Vimeo. Dit kan met een Vimeo Plus of Pro account.

Er worden **geen advertenties** getoond bij je video's. Dat is prettig en een voordeel ten opzichte van YouTube. De uitstraling van Vimeo is **hoogwaardiger en professioneler** dan YouTube.

Voorbeeld van uitstraling van Vimeo op een website

Natuurlijk worden je video's wel gevonden in Google, maar de **vindbaarheid is minder dan bij YouTube**. Daarnaast gaan internetters sneller naar YouTube om iets op videogebied te vinden dan Vimeo.

Bij Vimeo kun je verschillende soorten accounts aanmaken. Met een gratis account ben je vrij beperkt in het uploaden van (HD) video. Je kan maar 500MB per week uploaden. Kies bij voorkeur voor een betaald **Plus account of hoger**, zodat je meer vrijheid hebt in uploaden. Daarnaast heb je veel meer opties als het gaat om instellingen en uiterlijk voor je video's. Kijk hier voor meer informatie over de accounts.

Facebook

Het kijken van **video op Facebook** heeft de afgelopen jaren een vlucht genomen. Berichten die een video bevatten worden eerder getoond in je tijdlijn dan berichten zonder video. Er zijn verschillende manieren om een video te plaatsen en verspreiden.

Je kunt een **link van YouTube of Vimeo plaatsen,** waarbij de informatie wordt overgenomen door Facebook. Maar je kunt ook een **video direct naar Facebook uploaden**. Het voordeel daarvan is dat de video automatisch wordt afgespeeld als iemand langs je bericht scrollt. Het pakt dus meteen de aandacht van de kijker. Daarnaast zie je in één oogopslag hoeveel mensen je video al hebben bekeken. Het **delen van video's** is via Facebook natuurlijk erg eenvoudig.

Let op, de video's op Facebook worden standaard **zonder geluid** afgespeeld. Zorg daarom wel voor **ondertiteling**, zodat de kijker geen informatie mist en langer blijft hangen. Door je video te koppelen aan de **bedrijfspagina** is het heel makkelijk om door te klikken. Je bedrijfspagina zal dus ook snel meer bezoekers trekken als je aan de slag gaat met video.

GGTV
VERBREEDT BEELD

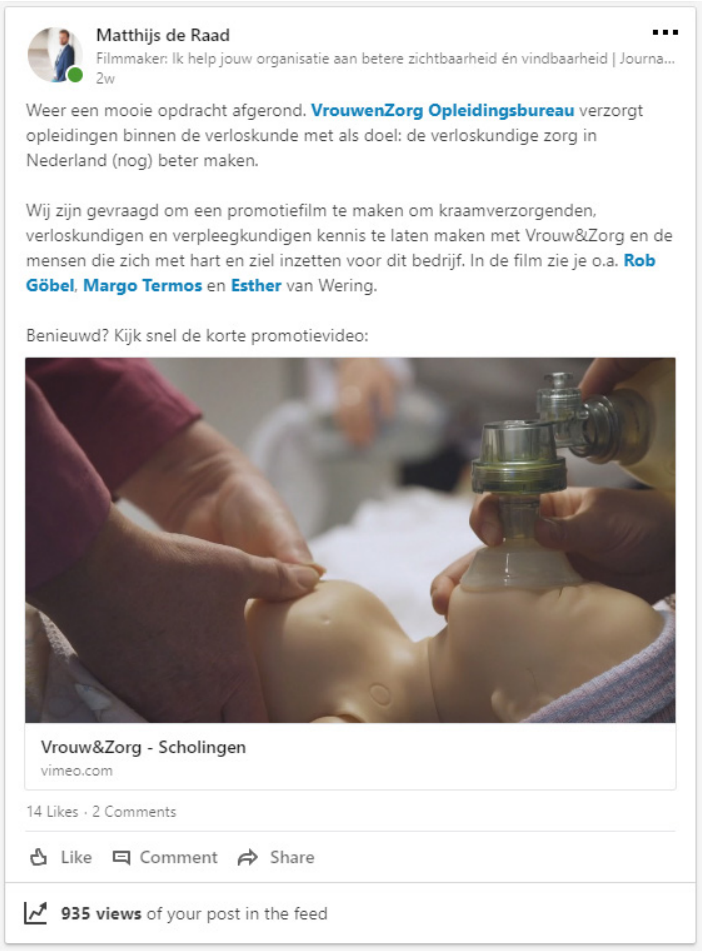
LinkedIn

Het bekendste platform voor **zakelijk gebruik** is LinkedIn. Niet al te lang geleden heeft ook dit platform besloten **vol in te zetten op video**. Het heeft vergelijkbare voordelen als video op Facebook. Je post wordt eerder getoond als het een video bevat. De video wordt automatisch afgespeeld. Je kunt eenvoudig statistieken bijhouden en de video delen. Ook hier is het verstandig om ondertiteling toe te voegen.

We raden aan video's direct te uploaden naar LinkedIn in plaats van een link te delen.

Het voordeel van LinkedIn is dat de gebruiker daarvan vooral uit zakelijke overwegingen het platform gebruikt en niet voor persoonlijk gebruik. Als ze geïnteresseerd zijn in jouw video, dan heb je al snel een link gemaakt en biedt dit **zakelijke mogelijkheden** voor de toekomst.

De best bekeken video's zijn de video's waarin mensen hun professionele kennis delen met hun netwerk.



GGTV
VERBREEDT BEELD

Samenvatting

YouTube - Voordelen

- Grootste videoplatform wereldwijd. Iedereen kent het en dus is het vaak de eerste keus als iemand op zoek gaat naar video's.
- Het gebruik van YouTube is gratis.
- De videokwaliteit is goed en de video's zijn makkelijk te delen en in te sluiten.
- Google is het moederbedrijf van YouTube waardoor je beter vindbaar bent in Google.
- Kijkers kunnen reacties plaatsen en zich abonneren op je kanaal.
- Je kunt je kanaal personaliseren met foto's, logo's, playlists, etc.

YouTube - Nadelen

- Grootste videoplatform wereldwijd. Jouw video is dus een heel klein visje in een hele grote zee en minder snel zichtbaar. Er is veel concurrentie.
- YouTube heeft veel advertenties, soms ook voor of na je video. Daarnaast krijg je altijd videosuggesties waar je wellicht niet op zit te wachten.
- Als je een video insluit heeft dit dankzij het duidelijke en herkenbare YouTube uiterlijk een minder professionele uitstraling.

GGTV
VERBREEDT BEELD

Vimeo - Voordelen

- Vrij van advertenties. Focus is op de video, niet op ‘rommel’ er omheen.
- Veel verschillende privacy instellingen. Je kunt bijvoorbeeld een bepaalde groep je video laten zien of een bepaalde website.
- De mogelijkheden voor insluiten zijn uitgebreider en minder herkenbaar. Dit zorgt voor een professionelere uitstraling.
- Je kunt video links personaliseren.

Vimeo - Nadelen

- Het gratis account is zeer beperkt qua gebruik. Een betaald account is eigenlijk een must.
- Een kleiner publiek. Je video is minder goed vindbaar dan op YouTube.

Facebook - Voordelen

- De video wordt automatisch meteen afgespeeld. De aandacht van de kijker wordt dus meteen getrokken. Dit is niet het geval bij het delen van een Vimeo of YouTube link.
- Kijkers kunnen direct doorklikken naar je bedrijfspagina. Je zichtbaarheid wordt daardoor groter.
- Je kunt mensen taggen in je video’s. Hierdoor heeft de video een groter bereik.
- Ook Facebook video’s kun je embedden / insluiten op je eigen website.

Facebook - Nadelen

- Mensen die video willen kijken of een video zoeken doen dit niet op Facebook, maar op YouTube en Vimeo.
- Niet alle Facebook gebruikers willen een (zakelijke) film kijken.
- De video is slecht vindbaar in Google, omdat het geen videoplatform is maar een profielenwebsite.

LinkedIn - Voordelen

- De video wordt automatisch meteen afgespeeld. De aandacht van de kijker wordt dus meteen getrokken.
- Betere zichtbaarheid met een video in je post.
- Je kunt mensen taggen in je video's. Hierdoor heeft de video een groter bereik.
- Veel zakelijke activiteiten via LinkedIn.

LinkedIn - Nadelen

- Mensen die video willen kijken of een video zoeken doen dit niet op LinkedIn, maar op YouTube en Vimeo.
- De video is slecht vindbaar in Google, omdat het geen videoplatform is maar een profielenwebsite.

Conclusie:

Als het je gaat om vindbaarheid dan is YouTube de beste optie. Als je de kijker een professionele indruk wilt geven dan kies je voor Vimeo en als je snel veel kijkers wilt trekken dan kies je voor Facebook. Op LinkedIn wordt video steeds belangrijker, dus als je zakelijk video´s maakt dan is dat zeker een interessante mogelijkheid.

Het beste is waarschijnlijk nog om meerdere opties te gebruiken, zodat je zeker weet dat je alles uit je video haalt wat er in zit.

Meer weten over het verspreiden van online video? Stuur ons een berichtje via info@ggtv.nl. Binnenkort delen we stap-voor-stap handleidingen voor het uploaden en verspreiden van video via de diverse kanalen.

GGTV | Journalistieke videoproducties en bedrijfsfilms

V.O.F. GGTV
Oude Fabriekstraat 14
3812 NR Amersfoort

06-14542394
06-18810375
info@ggtv.nl

facebook.com/ggtvvideo
Twitter: @ggtvvideo
www.ggtv.nl