



**WHY?** *'Wij geloven dat geautomatiseerde communicatie het beste overkomt met gepersonaliseerde videocommunicatie.'*

**HOW?** *'Onze films zijn Gepersonaliseerd, Uitzonderlijk relevant, Interactief én hebben een sterke Beleving.'*

**Fun-to-watch** | **Engaging** | **Educatief** | **Conversie verhogend** | **Winstgevend!**

PASSION LED US HERE



**INSPIRATIE.**

## ONBOARDING-VIDEO

- **Nieuw personeel**  
Goed voorbereid voelen op de 1<sup>ste</sup> werkweek. laat **zien** wat zij mogen verwachten, waar er geparkeerd wordt, waar de receptie is, hoe collega's gekleed zijn. Sluit af met een woordje van de manager.
- **Nieuwe klanten**  
Geef een vliegende start. Maak indruk met een goede introductie, laat het projectteam zien, verwijst naar de werkwijze en systemen en manage verwachtingen.
- **Scholieren**  
Brugklasser ontvangen één week voor de eerste schooldag een gepersonaliseerde uitleg over de planning van de 1<sup>ste</sup> schoolweek. Ontneem de meest voorkomende zorgen door die onderwerpen goed uit te leggen en visueel te maken. Vul aan met relevante doorclicks. En communiceer vanuit de betreffende mentor.

## VACATURE-VIDEO

- Verras sollicitanten met een gepersonaliseerde film. De film bevat enkel relevante videobeelden van de betreffende vacature. **Visualiseer** enkele arbeidsvoorwaarden zoals de werksfeer, de werkplek, mensen uit het team, klanten waarvoor je mag werken of misschien wel een leaseauto. Sluit af met een woordje van de betreffende manager.

## COMMERCIEËLE DOELEN

- **Offerte-film**  
De Accountmanager vertelt over de totstandkoming van de offerte en benadrukt de voordelen van de samenwerking. Maak de oplossing die je aanbiedt visueel! Voeg de ondertekenbare offerte als bijlage toe om de film interactief te maken.
- **Inspiratie-film**  
Een potentiële klant vult het aanvraagformulier in voor meer bedrijfsinformatie en ontvangt een relevante inspiratie film over jouw organisatie, samengesteld o.b.v. de variabelen die zijn ingevuld in het formulier. Denk bijv. aan het tonen van de juiste cases uit de branche.

+ONDERSCHEIDEND +ENGAGING +EFFICIËNT COMMUNICEREN

## NIEUWSBRIEF-FILM

- Vervang de tekstuele nieuwsbrief door een gepersonaliseerde nieuwsbrief-film om klanten echt te inspireren.

### *Voorbeeld*

Een vakantiepark benadert ex-gasten met een mooi vakantieaanbod. In de eerste scenes zien zij sfeerbeelden van hun laatste verblijf; zij zien o.a. hun accommodatie en activiteiten die zij (vermoedelijk) hebben ondernomen, dit alles om warme herinneringen op te wekken. Vervolgens inspireer je o.b.v. de beschikbare klantdata tot het maken van een nieuwe boeking.

+LOYALITEIT +AMBASSADEURSCHAP +KLANTRETENTIE OMZET +UPSELL

## GEPERSONALISEERDE FILM VOOR BRANCHE- EN LEDENORGANISATIES

- **Ledenwerving**  
Benader oud leden met positieve herinneringen zoals beelden van een ledendag en behaalde resultaten van de organisatie. Maak je boodschap betekenisvol door de kijker het gevoel te geven dat hij gemist wordt. Doe een voorstel om het lidmaatschap te her activeren.
- **ledenbehoud**  
Laat leden o.a. een visueel jaarverslag zien, een aantal activiteiten en benadruk de voordelen van zijn lidmaatschap.
- **Donateurs**  
Spreek persoonlijk aan en maak duidelijk dat hun echt steun nodig is. Toon de impact van hun donatie zodat zij het moois zien dat wordt bereikt met donaties. Geeft tips de betaalmogelijkheden van een donatie en verwijst direct naar de 'doneren' pagina.

+TOENAME LEDEN +BEPERK LEDEN VERLOOP





## CASE

# Kin Makelaars.

### DOELSTELLING

Verhogen van de gunfactor door zowel de menselijke kant als de zakelijke kant van KIN Makelaars te laten zien.

### DE VARIABELEN IN DEZE FILM

[Naam klant]

[Adres klant]

[Keuze uit de makelaar die langskomt]

[Datum & tijd van de afspraak]

[Clickable contactgegevens van de makelaars]

1

Voor  
naam

Adres

Buitenzijde kantoor

Binnenzijde kantoor

KIN

Welkom bij KIN Makelaars. Bedankt dat wij bij je langs mogen komen.

2

Binnenzijde kantoor

Binnendienst op werk

KIN

Wij helpen je graag bij de volgende stap! Het verkopen stopte niet dagelijks en er komt

3

Thessa in actie.  
Bezichtiging

KIN

Dit doen wij niet alleen, maar samen met jou.

**VARIABELEN IN DEZE VIDEO**

4

Pascal in actie.  
Spreekkamer

KIN

We horen graag wat je wensen zijn en doen er alles aan om die te vervullen.

5

Siebe in actie.  
Bord / bloemen

De klant centraal staat

KIN

Wij zullen je daarbij adviseren, maar jij beslist, want jij als opdrachtgever staat centraal.

6

Enthousiast als het kan.  
Voorzichtig als het moet.

KIN

Eerlijk, flexibel en betrouwbaar, enthousiast als het kan, en voorzichtig als het moet.

7

Thessa Zuurwelle  
Jouw makelaar

KIN

Ik ben Thessa en ik ga jou helpen met een goede waardebeoordeling van jouw huis.

8

Afb. Hobby

Afb. Thessa heeft lol

Filmpje Persoonlijkheid

Filmpje in actie

KIN

Ik werk alweer enkele jaren met plezier bij KIN makelaars, o.a. omdat er een mooie balans is tussen humor en professionaliteit...

9

Datum afspraak

Bel Thessa

APP Thessa

KIN

Tot dan! En als je al vragen hebt, klik dan gerust op één van deze knoppen om in contact te komen met Thessa.

## LINK, KIN MAKELAARS-FILM

Thessa



Siebe



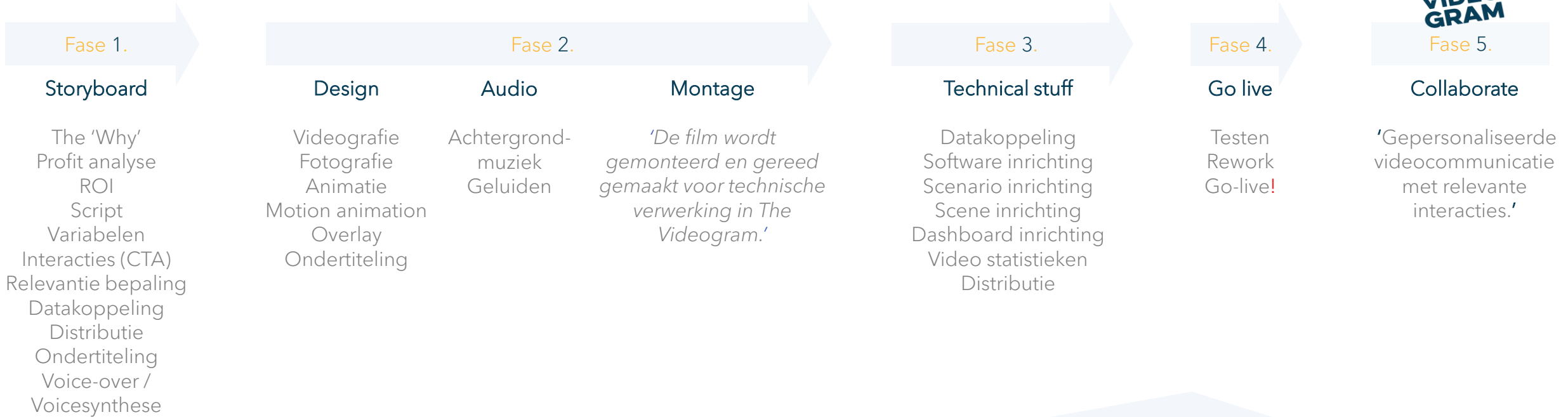
+GUN FACTOR +VERRASSEND +ONDERSCHIEDEND +MEER OPDRACHTEN



## VIDEO FACTS.

- 80 % HOGERE CONVERSIE
- 260 % MEER KIJKTIJD OP WEBPAGINA'S
- 12 x FILM WORDT 12X MEER GEDEELD VS TEKST + AFBEELDINGEN OPGESTELD
- 300 % HOGERE CLICK THROUGH RATE
- 83 % ENTHOUSIASTE ROI

# HET PROCES.



# WIJ ZIJN STERK IN.



**1**

## **ALLEEN RELEVANTE SCENES**

Informatie wordt gefilterd.  
Geeft gevoel van herkenning.

**2**

## **INFORMATIE WORDT VERRIJKT MET EMOTIE**

Emotie en beleving beïnvloeden  
het beslisgedrag.

**3**

## **VOICE SYNTHESE**

Flexibel, voordelig en in veel talen.

**4**

## **VERHOOG INTERACTIE EN CONVERSIE**

Aanvragen, inschrijvingen  
en upsell.

**5**

## **INFORMATIE WORDT PERSOONLIJKER**

De kijker blijft geboeid.

**6**

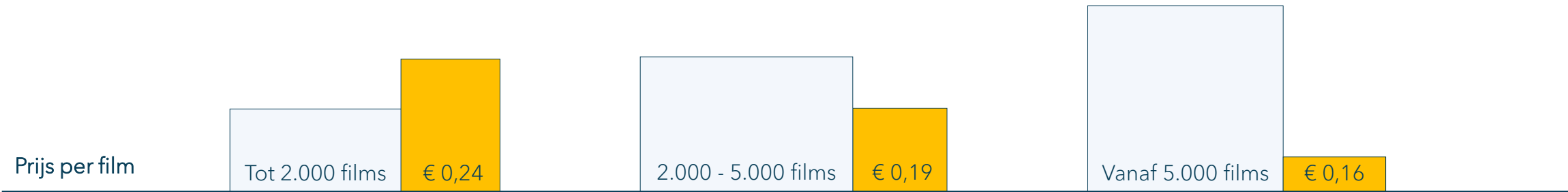
## **DISTRIBUTIE: HET JUISTE MOMENT, HET JUISTE KANAAL**

E-mail, SMS, Whatsapp, Klantensite.

# INVESTERING.



|                 | SCENES | BEELD                   | VOICE-OVER    | VARIABELEN   | CTA'S   | DATAKOPPELING          |
|-----------------|--------|-------------------------|---------------|--------------|---------|------------------------|
| Eenvoudige FILM | 4      | Live beeld              | Voicesynthese | 2 variabelen | 0 CTA's | Handmatig Excel import |
| Gemiddelde film | 9      | Live beelden + Animatie | Stemacteur    | 6 variabelen | 3 CTA's | API                    |



Gebruik platform / maand: *Laten we samen berekenen wat de kosten en opbrengsten zijn.*

## Voorbeeldberekening

*Laten we samen berekenen wat de kosten en opbrengsten zijn.*



**Wat is de potentie van videocommunicatie voor, *essent***