

Gefeliciteerd! Je hebt een (pitch)video gemaakt. Nu wil je natuurlijk dat deze door zo veel mogelijk mensen wordt bekeken.

Wat kun je doen?

Op de zakelijke Facebook pagina kun je het filmpje uploaden in de header/banner, zodat iedere bezoeker van je pagina het filmpje ziet. Door dat ze naar de video kijken, blijven ze langer op je pagina en wordt jouw Facebook pagina relevanter in Facebook begrippen.

Dit is een voorbeeld van een pagina met een video in de header:

<https://www.facebook.com/Letland/>

Vanzelfsprekend kun je het filmpje ook als 'post' op je zakelijke Facebook pagina plaatsen. Let dan wel dat je het filmpje direct uploadt naar Facebook en niet via een link naar YouTube. Dat laatste kan wel, maar dat is niet goed voor je kijkcijfers omdat geen enkel sociaal platform graag ziet dat je je bezoekers middels een link naar een pagina buiten het platform leidt. Vandaar dus.

Wanneer je de video plaatst als reguliere update op je zakelijke Facebook pagina, voorzie het dan van een bericht. Anders weten de mensen niet wat ze er mee moeten.

Omdat 80% van de mensen die internet en social media gebruiken dit via de mobiele telefoon doen, is het handig om je video van ondertiteling te voorzien. Dat kan in YouTube:

<https://support.google.com/youtube/answer/2734796?hl=nl>

Of bij het uploaden van je video in LinkedIn of Facebook:

<https://www.linkedin.cn/help/linkedin/answer/94005/ondertiteling-toevoegen-aan-video-s-op-linkedin?lang=nl>

<https://www.facebook.com/help/www/261764017354370>

Overigens draag je dan ook bij aan een inclusieve samenleving, want dove mensen kunnen zo ook je video "zien". Bovendien is het lastig voor mensen die op een kantoor werken of mensen die in het openbaar vervoer je video willen bekijken, want ze kunnen het geluid niet aan zetten omdat het storend is voor de omgeving. Daarom dus ondertiteling.

Je kunt de video ook nog op je persoonlijke Facebook pagina delen, zodat familie en vrienden meeleven en ondertussen bijdragen aan jouw (zakelijke) zichtbaarheid.

Instagram

Als de video niet langer dan 1 minuut is, kun je 'm kwijt op Instagram. Anders ook wel, maar dan kun je het beste even de app "Instagram TV" (IGTV) downloaden en daar je eigen video-kanaal maken. Via IGTV kunnen de video's wel langer zijn.

Op Instagram werk je met weinig tekst, maar wel met veel hashtags. Een hashtag is niets anders dan een interessegebied. Denk dus eerst aan je eigen hashtag – die je altijd al gebruikt - #socialmkb bijvoorbeeld. Dan ga je hashtags gebruiken die met het onderwerp van je video te maken hebben: #duurzaam #biologisch #kaas #weesp #boerderijwinkel

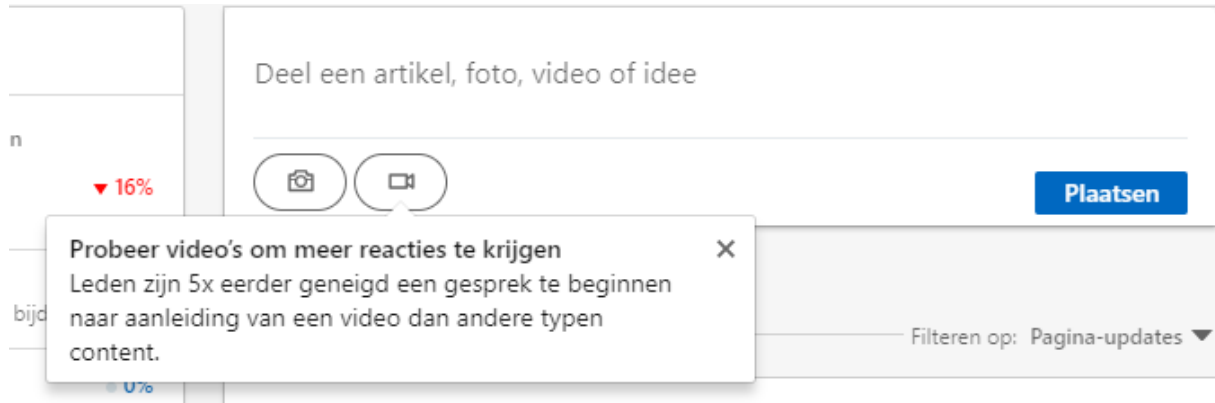
Je zult zien dat er dan mensen (ook internationaal als je internationale hashtags gebruikt) jouw video leuk gaan vinden.

Dezelfde hashtags kun je ook gebruiken op Facebook. Daar werken ze ook. Maar ik zou me op Facebook beperken tot hooguit 10. Op Instagram daarentegen kun je losgaan met wel 20.

## LinkedIn

LinkedIn is het grootste zakelijke online netwerk ter wereld. Ik zou hier wat rustiger aan doen met de hashtags. Wel denkend vanuit de doelgroep, maar zeer zakelijk.

Je video kun je posten op je eigen profiel maar ook op je LinkedIn bedrijfspagina. Je kunt 'm daar ook direct uploaden.



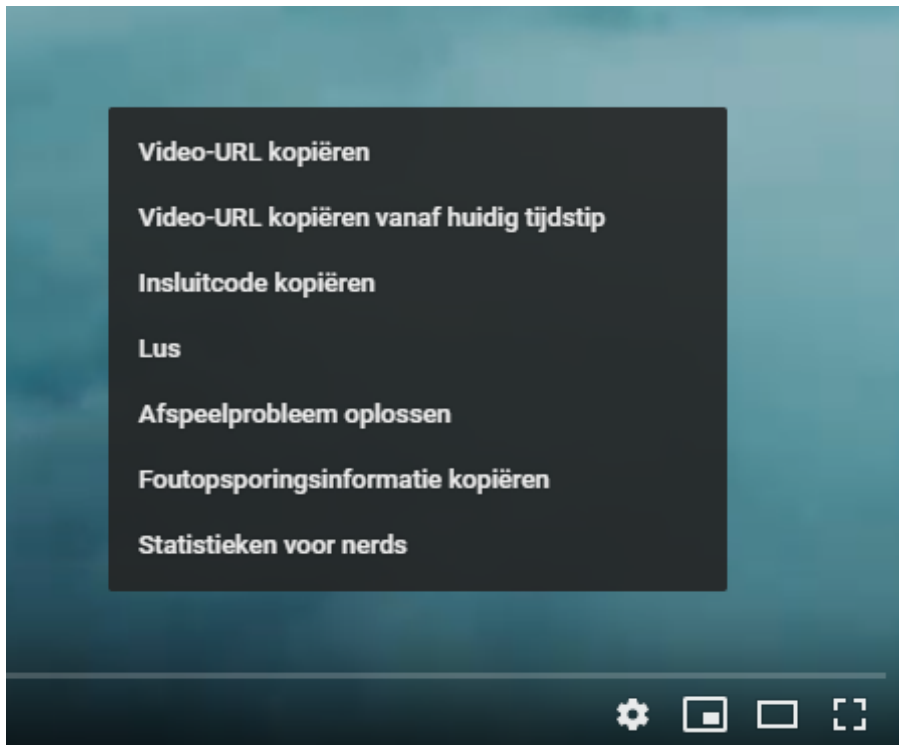
Heb je nog geen LinkedIn bedrijfspagina? Maak er dan zeker een! Het is heel gemakkelijk aan te maken en het vergroot alleen maar je vindbaarheid. Ook al ga je niet actief berichten plaatsen vanuit je LinkedIn bedrijfspagina!

En je eigen profiel. Heel belangrijk. Jouw persoonlijke LinkedIn profiel is jouw online reputatie. Je kunt ook hier de video direct uploaden en dan zet je er weer een persoonlijke tekst boven. Je spreekt als het ware je zakelijke netwerk aan: "Wist je dat het aanmaken van een bedrijfspagina op LinkedIn heel eenvoudig is? Ik leg het je uit in mijn video: ".

Je kunt naast deze activiteiten ook een YouTube kanaal aanmaken. Kijk even goed wat je doet bij het aanmaken want je kunt er een (gratis) bedrijfsaccount van maken, want ook weer goed voor de vindbaarheid is want YouTube is inmiddels de grootste zoekmachine ter wereld. YouTube legt zelf uit hoe je een kanaal aanmaakt: <https://support.google.com/youtube/answer/1646861?hl=nl>

De video kun je ook op je website plaatsen, maar als je een filmpje op je eigen server zet dan wordt mogelijk je pagina trager. Je kunt in dit geval beter de link naar YouTube gebruiken oftewel de broncode van de video integreren in je website. Klinkt ingewikkeld, is het niet.

Je gaat op YouTube op jouw video staan en klikt met je rechter muisknop:



En dan kies je “insluitcode kopiëren”. Dat is de code die nodig is voor je website. Hoe je dit in je website stopt, vraag je het beste aan je website bouwer want voor iedere website is dit anders.

Twitter

Om sommige doelgroepen te bereiken is Twitter nog wel eens heel handig. Op Twitter kun je helaas niet direct video uploaden, dus daar maak je het beste gebruik van de YouTube link.

Lukt er iets niet?

Neem gerust contact met mij op. Het liefst via WhatsApp!

Hartelijke groet,

Katarina



Katarina Hartgers  
Social Media Strateeg  
[www.katarina-hartgers.nl](http://www.katarina-hartgers.nl)  
+31 6 46 22 56 76

LinkedIn