

The image features three individuals standing in a dark, narrow alleyway. Their heads are replaced by vintage-style television sets. Each television screen displays a large, white, pixelated question mark. The scene is lit with a strong red and purple glow, creating a mysterious and futuristic atmosphere. The background shows the brick walls of the buildings on either side of the alley.

WIJ ZIJN JOUW CAMERARADGEVER

ZO HAAL JE MEER UIT JE BEDRIJF MET VIDEOCONTENT

cameraden

INHOUDSOPGAVE

	PAGINA
Wie zijn wij?	3
Wat doen we?	4
Wat is ons doel?	5
Onze kernwaarden	6
Hoe help je je bedrijf vooruit door het gebruik van videocontent?	8
Hoe versterk je de merkidentiteit van je bedrijf met videocontent?	9
Hoe bereik je de juiste conversie met videocontent?	11
Hoe versterk je informatie met videocontent?	13
Hoe vergroot je je online vindbaarheid met videocontent?	15
Wist je dat?	17
Klantcases	
XXL Nutrition	19
Holland Casino	20
Zwanenberg Food Group	21
Contact	22



WIE ZIJN WIJ? MIE STA MI'S

Wij zijn jouw Cameraden! Het verhaal begon in 2009 toen twee Cameraden met een gezamenlijke passie voor video de camera pakte en begonnen met het maken van videocontent. De club Cameraden bestaat nog steeds, alleen staat er nu een creatieve studio en volwaardig productiehuis achter. Vanuit het Brabantse Oisterwijk werken we dagelijks met ons creatieve team aan de tofste projecten voor een bijzonder diverse groep aan mooie klanten, onze Cameraden.



WAT DOEN WE?

MIL DOEN MES

We begrijpen dat elke klant uniek is en dat elke boodschap op een speciale manier moet worden overgebracht. Daarom luisteren we naar je behoeften, ontwikkelen we creatieve concepten en werken we samen met je om content te creëren die echt aansluit bij je doelgroep en je marketingdoelen ondersteunt. Of je nu op zoek bent naar een impactvolle bedrijfsfilm, een pakkende commercial, een heldere animatievideo, messcherpe social media content, een meeslepende aftermovie of dynamische dronebeelden, we hebben de expertise en creativiteit in huis om je te helpen je doelen te bereiken.





WAT IS ONS DOEL?

MIJN ONZE DOEL'S

Bij Cameraden streven we ernaar om unieke en impactvolle videocontent te creëren die een blijvende indruk achterlaat bij onze doelgroep. We zijn gepassioneerde conceptdenkers die boeiende visuele verhalen vertellen. Ons doel is om samen de boodschap van onze klanten effectief over te brengen en hen te helpen een sterkere band op te bouwen met hun publiek. Als creatief bureau dat altijd werkt vanuit een marketinggedachte, zijn we je Cameraden in het hele proces, van conceptontwikkeling tot oplevering. We geloven in het opbouwen van echte, hechte relaties met onze klanten waar communicatie en flexibiliteit key is.

ONZE KERNWAARDEN

CAMERAADSCHAP: Bij Cameraden zijn we meer dan alleen een videoprodactie bedrijf; we zijn Cameraden van de klant. Onze oprechte interesse in de klant en hun product/dienst gaat hand in hand met Cameraadschap. We geloven in het opbouwen van echte, hechte relaties met onze klanten en in de manier waarop ons team als vrienden samenwerkt.

DURF: We zijn niet bang om risico's te nemen en buiten de gebaande paden te treden. We streven ernaar om gedurfde, originele en impactvolle content te creëren die opvalt en een blijvende indruk achterlaat. Daarnaast zorgt onze passie en ambitie ervoor dat we ons continue blijven ontwikkelen.

VERHALENVERTELLERS: We zijn gepassioneerde verhalenvertellers die geloven in de kracht van een goed verhaal. We streven ernaar om boeiende en meeslepde verhalen te vertellen die de boodschap van onze klanten op een effectieve en memorabele manier overbrengen.

STRUCTUUR: Bij Cameraden zorgen we voor een stevig fundament. We werken gestructureerd, met oog voor planning en heldere communicatie zonder onze flexibiliteit te verliezen. Zo bouwen we elk project zorgvuldig op, van begin tot eind. De klant kan vertrouwen op onze professionele aanpak, zonder creatieve chaos.

IMPACT: We meten ons succes niet alleen aan het aantal views of likes, maar aan de echte impact die we hebben op het publiek. We streven ernaar om content te creëren die mensen raakt, inspireert en in beweging brengt.



A professional film studio set with a camera on a dolly, lighting equipment, and crew members. The scene is lit with warm, pinkish-purple tones. A large white screen is in the background. A camera on a dolly is in the foreground, and a crew member is kneeling next to it. Two other crew members are standing in the background. The text 'ZIEN' is overlaid in white, bold, sans-serif font.

ZIEN

BELEVEN

VISUALISEREN



HOE HELP JE JE BEDRIJF VOORUIT DOOR HET GEBRUIK VAN VIDEOCONTENT?

Videocontent is waardevol voor bedrijven omdat het de mogelijkheid biedt om complexe informatie op een boeiende en begrijpelijke manier te delen, emotionele verbindingen met doelgroepen te creëren, merkbekendheid te vergroten, de betrokkenheid te stimuleren, zoekmachinezichtbaarheid te verbeteren en conversies te bevorderen. Het stelt bedrijven in staat om verhalen te vertellen, expertise te tonen en klantrelaties te versterken, wat leidt tot grotere impact en zakelijk succes.

Op de volgende paar pagina's gaan we je vertellen hoe je deze content het beste kunt toepassen binnen je bedrijf om de verschillende doelen te behalen.

HOE VERSTERK JE DE MERKIDENTITEIT VAN JE BEDRIJF MET VIDEOCONTENT?



Je kunt de merkidentiteit van je bedrijf versterken met behulp van videocontent door de volgende strategieën toe te passen.

- 1 Definieer je merkidentiteit:** Voordat je videocontent maakt, moet je een duidelijk begrip hebben van je merkidentiteit. Definieer je kernwaarden, missie, visie en doelgroep. Zorg ervoor dat je weet wat je merk uniek maakt.
- 2 Integreer merkconsistentie:** Zorg ervoor dat je video's consistent zijn met de visuele stijl en boodschap van je merk. Gebruik kleuren, logo's, typografie en andere visuele elementen die overeenkomen met je merkidentiteit.
- 3 Tone of voice:** Bepaal de juiste toon van de videocontent die past bij je merk. Of het nu formeel, vriendelijk, grappig, informatief of inspirerend moet zijn, zorg ervoor dat de toon overeenkomt met je merkwaarden.
- 4 Vertel je merkverhaal:** Gebruik video's om je merkverhaal te vertellen. Dit kan een video zijn over de oorsprong van je bedrijf, de missie en de mensen erachter. Vertel waarom je doet wat je doet en wat je visie voor de toekomst is.
- 5 Toon je bedrijfscultuur:** Laat je bedrijfscultuur zien in video's. Dit kan betekenen dat je beelden deelt van medewerkers die samenwerken, van het kantoor of de werkplek, of van bedrijfsevenementen. Dit geeft een menselijk gezicht aan je merk.



Product- en servicepresentatie: Gebruik video om je producten en diensten op een boeiende en informatieve manier te presenteren. Laat zien hoe ze werken en welke voordelen ze bieden.



Klantgetuigenissen: Videogetuigenissen van tevreden klanten dragen bij aan het opbouwen van vertrouwen en versterken je merk. Laat echte mensen praten over hun positieve ervaringen met je producten of diensten.



Emotionele verbinding: Probeer emotionele verbindingen met je publiek tot stand te brengen door middel van video. Dit kan worden bereikt door verhalen te vertellen die emoties oproepen, zoals succesverhalen van klanten of inspirerende video's.



Educatieve content: Laat je merk zien als een bron van waardevolle kennis en expertise. Deel educatieve video's die relevant zijn voor je branche en doelgroep.



Maak video's deelbaar: Zorg ervoor dat je video's gemakkelijk deelbaar zijn op sociale media en andere platforms. Moedig kijkers aan om je video's te delen om je bereik te vergroten.

Door deze strategieën toe te passen, kun je je merkidentiteit versterken en een consistente, herkenbare aanwezigheid opbouwen in de gedachten van je publiek. Videocontent is een krachtige manier om je merkverhaal te vertellen en een emotionele connectie met je doelgroep tot stand te brengen.



HOE BEREIK JE DE JUISTE CONVERSIE MET VIDEOCONTENT?

Het bereiken van de juiste conversie met videocontent vereist een doordachte strategie en implementatie. Hier zijn enkele stappen om dit te bereiken.

1 Bepaal je doelen: Definieer duidelijk wat je wilt bereiken met je videocontent. Wil je dat kijkers een product kopen, zich abonneren op je nieuwsbrief, een formulier invullen of een andere actie ondernemen? Je doelen zullen de inhoud en de CTA's van je video's sturen.

2 Ken je doelgroep: Begrijp wie je doelgroep is, wat hun behoeften en interesses zijn en welke pijnpunten ze ervaren. Dit zal je helpen om videocontent te maken die relevant is en aansluit bij de doelgroep.

3 Maak boeiende content: Zorg ervoor dat je video's interessant, informatief en van hoge kwaliteit zijn. Houd de aandacht van kijkers vast en geef ze een reden om verder te kijken.

4 Een duidelijke call-to-action (CTA): Plaats een duidelijke en overtuigende CTA in je video. Vertel kijkers wat je van hen verwacht, of het nu gaat om het klikken op een knop, zich abonneren, kopen of een formulier invullen.

5 Meet en analyseer: Gebruik analyse-tools om de prestaties van je video's te meten. Volg conversiepercentages, klikfrequenties, weergaven en andere relevante statistieken om te begrijpen welke video's het meest effectief zijn en waar verbeteringen nodig zijn.





- 6 **Herhaling en opvolging:** Blijf videocontent produceren en publiceren om je doelgroep betrokken te houden en hen te blijven herinneren aan je CTA's. Overweeg retargetingcampagnes om kijkers opnieuw te bereiken.
- 7 **Testen en optimaliseren:** Blijf je videostrategie testen en optimaliseren op basis van de verzamelde gegevens. Leer van wat werkt en pas je benadering dienovereenkomstig aan.

Het bereiken van de juiste conversie met videocontent vereist geduld, strategie en voortdurende inspanning. Het is belangrijk om te begrijpen dat conversies niet altijd onmiddellijk zullen plaatsvinden na het bekijken van een video; het kan zijn dat meerdere contactpunten nodig zijn voordat een kijker converteert. Blijf de effectiviteit van je videocontent meten en aanpassen om je conversiedoelen te bereiken.

HOE VERSTREK JE INFORMATIE MET VIDEOCONTENT?

Het verstrekken van informatie aan je doelgroep met behulp van videocontent, zowel intern als extern, vereist zorgvuldige planning en uitvoering. Hier zijn enkele tips om effectief informatie over te brengen.

INTERNE COMMUNICATIE

Training en onboarding: Gebruik video's voor training en onboarding van nieuwe medewerkers. Video's kunnen stapsgewijze instructies, bedrijfscultuur en beleidsinformatie effectief overbrengen.

Bedrijfsupdates: Maak regelmatig video-updates voor je medewerkers om hen op de hoogte te houden van bedrijfsnieuws, prestaties en doelen. Dit kan de betrokkenheid en teamgeest bevorderen.

Kennisdeling: Laat experts binnen je organisatie kennis delen via video's. Dit kan variëren van producttraining tot diepgaande branche-inzichten.

Visualiseer gegevens: Als je complexe gegevens hebt, gebruik dan geanimeerde grafieken en diagrammen in video's om informatie gemakkelijker te begrijpen.



EXTERNE COMMUNICATIE

- 1 Productinformatie:** Maak gedetailleerde productvideo's om klanten te informeren over de kenmerken, voordelen en gebruik van je producten of diensten.
- 2 FAQ-video's:** Antwoord op veelgestelde vragen in video's. Dit kan klanten helpen om snel antwoorden te vinden op hun vragen.
- 3 Demo's en tutorials:** Maak video-tutorials en demonstraties om klanten te begeleiden bij het gebruik van je producten of het oplossen van problemen.
- 4 Testimonials en casestudies:** Laat tevreden klanten hun ervaringen delen in videogetuigenissen en casestudy-video's.
- 5 Bedrijfsinformatie:** Geef potentiële klanten inzicht in je bedrijf, missie en waarden door middel van video's.
- 6 Evenementen en aankondigingen:** Promoot evenementen, aanbiedingen of belangrijke aankondigingen met aantrekkelijke videocontent.

Door deze benaderingen toe te passen, kun je informatie effectief delen met je doelgroep en zorgen voor een betere betrokkenheid en begrip, zowel intern als extern.



HOE VERGROOT JE JE ONLINE VINDBAARHEID MET VIDEOCONTENT?

Het gebruik van videocontent kan zeker bijdragen aan het vergroten van je online vindbaarheid en SEO-voordelen bieden. Hier enkele manieren waarop je dit kunt doen.

1 Optimaliseer video inhoud voor zoekmachines (SEO)

- **Trefwoorden:** Gebruik relevante trefwoorden in de titels, beschrijvingen en tags van je video's. Voer trefwoordonderzoek uit om de juiste zoektermen te vinden.
- **Kwaliteit van de inhoud:** Zorg ervoor dat je video-inhoud waardevol en relevant is voor je doelgroep. Goede inhoud wordt hoger gewaardeerd door zoekmachines.
- **Thumbnail-optimalisatie:** Maak aantrekkelijke thumbnails met relevante trefwoorden om de klikfrequentie te verhogen.

2 Host je video's op YouTube

- YouTube is de op een na grootste zoekmachine ter wereld (eigendom van Google). Het hosten van je video's op YouTube kan helpen om beter zichtbaar te zijn in zoekresultaten.
- Zorg ervoor dat de titel, beschrijving en tags op YouTube goed zijn geoptimaliseerd met relevante zoekwoorden.

Integreer video's in je website: Voeg video's toe aan relevante pagina's op je website. Dit kan de tijd die bezoekers op je site doorbrengen verhogen, wat een positief signaal is voor zoekmachines.





- 4 **Maak shareable content:** Moedig kijkers aan om je video's te delen op sociale media. Sociale shares kunnen helpen om je bereik te vergroten en meer verkeer naar je video's en website te leiden.
- 5 **Maak een video SEO-strategie:** Ontwikkel een strategie voor regelmatige videoproductie. Door consistente, hoogwaardige videocontent te publiceren, kun je een trouw publiek opbouwen en meer kans maken om opgemerkt te worden door zoekmachines.
- 6 **Bouw backlinks:** Video's kunnen waardevolle inhoud zijn om backlinks naar je website te genereren. Publiceer je video's op externe platforms en deel ze met influencers en branche-experts om links naar je site te verkrijgen.
- 7 **Optimaliseer voor mobiel:** Zorg ervoor dat je video's mobielvriendelijk zijn, omdat steeds meer mensen video's bekijken op smartphones en tablets. Dit kan je ranking in mobiele zoekresultaten verbeteren.

Door videocontent strategisch te gebruiken en deze te optimaliseren voor zoekmachines, kun je je online vindbaarheid vergroten en meer verkeer naar je website genereren. Het is belangrijk om consistent te zijn en de prestaties van je video's te meten om je strategie voortdurend te verbeteren.



WIST JE DAT?

Bronnen: Cisco, Hubspot, Forrester Research, Insivia, Wyzowl, G2 Crowd, Vidyad

- Video verantwoordelijk is voor maar liefst **80%** van het wereldwijde internettraffic.
- **78%** van de mensen elke week een online video kijkt, **55%** van de mensen kijkt zelfs dagelijks online video.
- 1 minuut video evenveel waard is als **1,8 miljoen** woorden.
- De kijkers van video gemiddeld **95%** van de boodschap opslaat in verhouding met **10%** van de lezers van tekst.
- Het toevoegen van een video aan je landingspagina je conversiepercentage met zo'n **80%** kan vergroten.
- **64%** van de consumenten eerder geneigd is om een aankoop te doen na het bekijken van een productvideo.
- Websites met video **53 keer** waarschijnlijker zijn om op de eerste pagina van Google te verschijnen.
- Video's **1200%** meer worden gedeeld op sociale media dan afbeeldingen en tekst gecombineerd.
- Bedrijven die video gebruiken een gemiddelde stijging van **49%** in omzet hebben in vergelijking met bedrijven die geen video gebruiken.



KLANT CASES

nsbe miso



Voor het sterk groeiende XXL Nutrition, marktleider in de Benelux in sportsupplementen, maakten we een video ter ondersteuning en aankondiging van de kortingsactie omtrent de jaarlijkse Gekkenhuis campagne. Een vlotte commercial met een gezonde dosis humor.

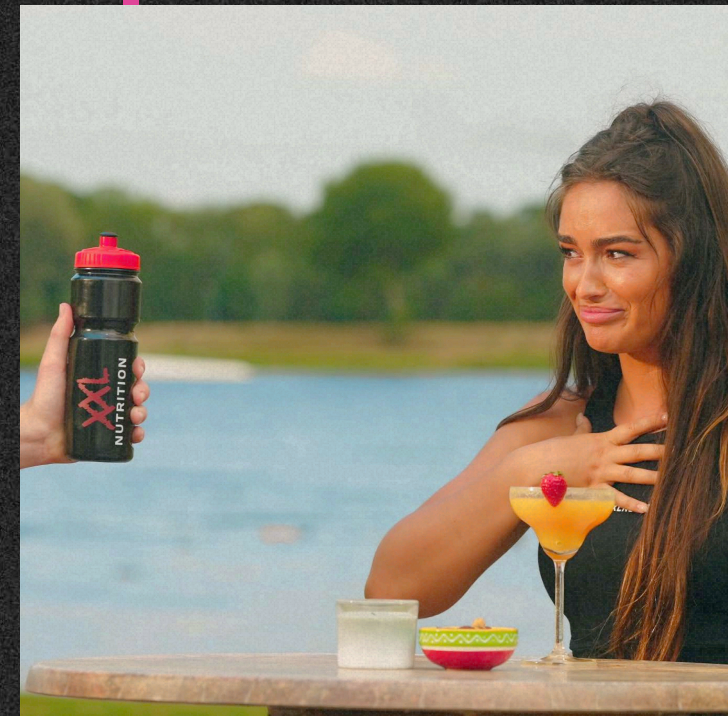
Link naar video: <https://www.cameradenmedia.nl/xxl-nutrition>

Elke €1 van het gespendeerde YouTube Ad budget heeft in Nederland geleid tot een direct omzet van €5,88.



Testimonial van Mathias Jansen:

Sinds ons eerste contact wisten de Cameraden ons te verrassen met talloze creatieve concepten, fijne communicatie, het nakomen van afspraken en natuurlijk hele dikke video's! Dat allemaal verrijkt met een goede dosis humor om onze boodschap op een duidelijke, maar ook erg leuke manier over te brengen. Ondertussen werken we alweer samen aan onze zesde video en staan er nog meerdere op de planning. De Cameraden zijn dus zeker een aanrader als je zoekt naar een creatieve studio die je ontzorgt van concept tot aan eindresultaat!





Voor voedselgigant Zwanenberg Food Group hebben we een reeks video's gemaakt van 4 verschillende productielocaties, alsook losse werknemers portretten met de focus op werving.

Link naar één van de vele video's: <https://www.youtube.com/watch?v=BkiKz1GvJ9c>



Testimonial van Harmke Dirkse:

Cameraden heeft voor ons wervingsvideo's gemaakt op onze productielocaties. Ook hebben ze video's gemaakt waar onze medewerkers over hun eigen functie vertellen. Het contact met Cameraden is erg fijn, laagdrempelig, goed bereikbaar en het voelt alsof je met directe collega's aan het schakelen bent. Ze maken een efficiënte planning waardoor alles goed verloopt en je als klant goed weet waar je aan toe bent op de filmdag. Ook collega's weten ze op hun gemak te stellen waardoor het hele mooie en spontane video's worden. Als wij in de toekomst weer videografie nodig hebben zal ik Cameraden zeker weer inschakelen.





Voor Holland Casino maakten we de officiële aftermovie van het World Series of Poker toernooi in Venlo. Voor deze video gingen we all-in: met een lading (FPV-)drone beelden en overlay animaties wilden we nét dat beetje extra toevoegen.

Link naar video: <https://www.cameradenmedia.nl/holland-casino>



Testimonial van Reshma Bainathsah:

Wij zijn terechtgekomen bij Cameraden omdat ik hen ken vanuit mijn oude baan bij een dance organisator waarvoor Cameraden destijds de aftermovies maakte. Zodoende dacht ik meteen aan hen toen we nieuwe content wilden laten maken bij Holland Casino. Wij zijn blij met de soepele samenwerking, we zijn op elkaar ingespeeld en kunnen snel schakelen wanneer nodig. Ook word ik steeds weer verrast door de creativiteit, ik brief Sjoerd (Creative Director Cameraden) namelijk regelmatig met weinig informatie en toch komen daar dan uitgebreide en creatieve ideeën uit. De uitvoering verloopt professioneel en het eindresultaat stelt nooit teleur. Vooral de energie die van de video's afspat is niet te missen vind ik. Als ik een kans in onze samenwerking moet benoemen, ligt die buiten de klassieke aftermovies; hierin kijken naar nieuwe mogelijkheden die weer zullen verrassen. Keep up the good work!



NEEM CONTACT MET ONS OP!

info@cameradenmedia.nl

+31 (0) 13 207 90 85

Cameraden Media
Schijfstraat 8
5061 KB Oisterwijk

**OOK JE BEDRIJF LATEN GROEIEN
DOOR MIDDEL VAN VIDEOCONTENT?**

cameraden