



DE UITLEGANIMATIE UITGELEGD

→ En waarom u er een wilt hebben



DE UITLEGANIMATIE

Mensen hebben tegenwoordig geen tijd en zin meer om lange teksten te lezen. Ze willen snel en duidelijk een boodschap ontvangen. Bovendien zijn ze steeds meer gefocust op audiovisuele elementen. Consumenten verwachten dat content op een leuke, aantrekkelijke en toegankelijke manier gebracht wordt.

Hoe komt uw online bedrijfscontent dan nog onder de aandacht bij de klant? Simpel: minder tekst, meer beeld. En daarvoor zijn video's heel bruikbaar. Met name uitleganimates (ook wel bekend als uitlegvideo, explanation, bedrijfsanimatie of motion graphic) zijn uitermate geschikt.





WAT IS EEN UITLEGANIMATIE?



**BEKIJK
UITLEG-
ANIMATIE**

Het fenomeen uitleganimatie komt uit Silicon Valley (VS), waar start-ups jaren geleden al zagen dat animatievideo een ideale manier is om mensen hun concept uit te leggen. In de VS worden animatievideo's dan ook al jaren gebruikt door grote bedrijven.

Een **uitleganimatie** – de naam zegt het al – is een animatievideo waarin u op een effectieve manier uw bedrijf, product, website, app en andere zaken uitlegt. Het is de combinatie van audiovisuele aspecten die de uitleganimatie zo waardevol maakt. Door het gebruik van tekst, beeld en geluid kan de boodschap zeer effectief gecommuniceerd worden.

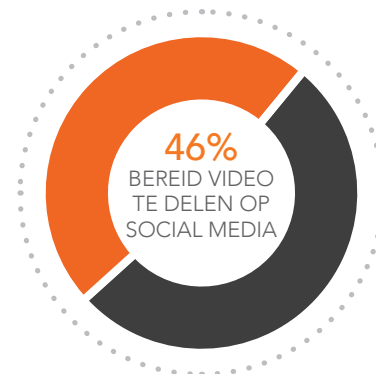


WAAROM WILT U EEN UITLEGANIMATIE HEBBEN?

In zijn blog 'Explanimations: je value proposition in 60 seconden' in Emerce benoemt auteur Eric van Hall een aantal interessante redenen waarom u uitleganimaties moet inzetten om uw bedrijf of portfolio onder de aandacht te brengen. Hierbij een korte samenvatting van zijn bevindingen.

CONVERSIE

Uitleganimaties blijken een geheim wapen om uw conversie flink op te krikken. De bedrijven die uitleganimaties inzetten, halen doorgaans indrukwekkende conversieverbeteringen. Volgens webportal Internet Retailer verhoogt een video de waarschijnlijkheid van een aankoop met 85 procent. Daarnaast gaf 52 procent van de ondervraagde kopers aan dat de video het vertrouwen in het product verhoogde. Het gebruik van het woord 'video' in het onderwerp van een e-mail verhoogt het open-ratio met 13 procent en de CTR met 92 procent. Ook concludeert Internet Retailer dat 46 procent van de ondervraagden bereid is om een video te delen op sociale media.





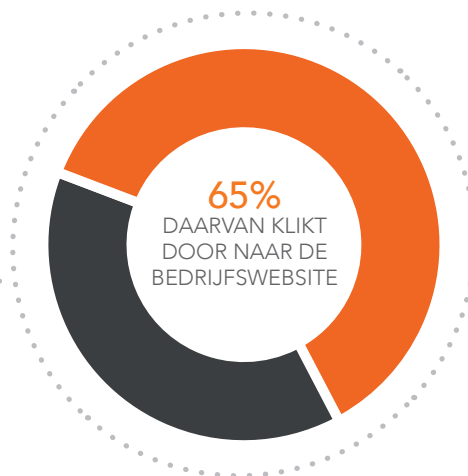
AANDACHT VASTHOUDEN

Explainer-video's zijn zeer geschikt om de aandacht van het publiek vast te houden. Uit onderzoek van Forbes blijkt dat 59 procent van drukbezette managers liever een video kijkt dan documentatie leest. Van hen klikt 65 procent vanaf YouTube door naar de bedrijfswebsite. Met een goed script kunt u de aandacht vasthouden met zo'n 20 woorden per tien seconden.



GOED VOOR SEO

Google is dol op video. Als u filmpjes uploadt naar YouTube en Vimeo en voorziet van de juiste metadata (titel, omschrijving en tags), levert dat aanzienlijk meer zoekverkeer op. Google neemt namelijk steeds vaker videoresultaten op in de reguliere zoekmachine. Uiteraard wil dit niet zeggen dat u geen teksten meer moet gebruiken, want er zijn ook duidelijk grenzen aan de effectiviteit van uitleganimaties. U kunt uitleganimaties het beste inzetten in combinatie met tekst en op landingspagina's waar het belangrijk is om de aandacht van de bezoeker direct te pakken.



HOE LAAT U EEN UITLEGANIMATIE MAKEN

Diverse websites leggen uit hoe het proces van het ontwikkelen van een animatievideo verloopt. Onder andere op de website van [MotionXperience](#) wordt uitleg gegeven over het productieproces van een motion graphic of uitleganimatatie.





1

DOEL VAN DE VIDEO

De eerste stap is het bepalen van het doel van de video. Wat wilt u met de uitleganimatie bereiken? Wie is uw doelgroep? Wat wilt u uitstralen? En welke animatiestijl past hierbij?

2

SCRIPT

De optimale lengte van een script is ongeveer 120 tot 180 woorden. Dat is goed voor ongeveer 60 tot 90 seconden video. Uit onderzoek is gebleken dat mensen niet langer hun aandacht er volledig bij kunnen houden en zullen afhaken. Een kort, krachtig en origineel script is dus essentieel.

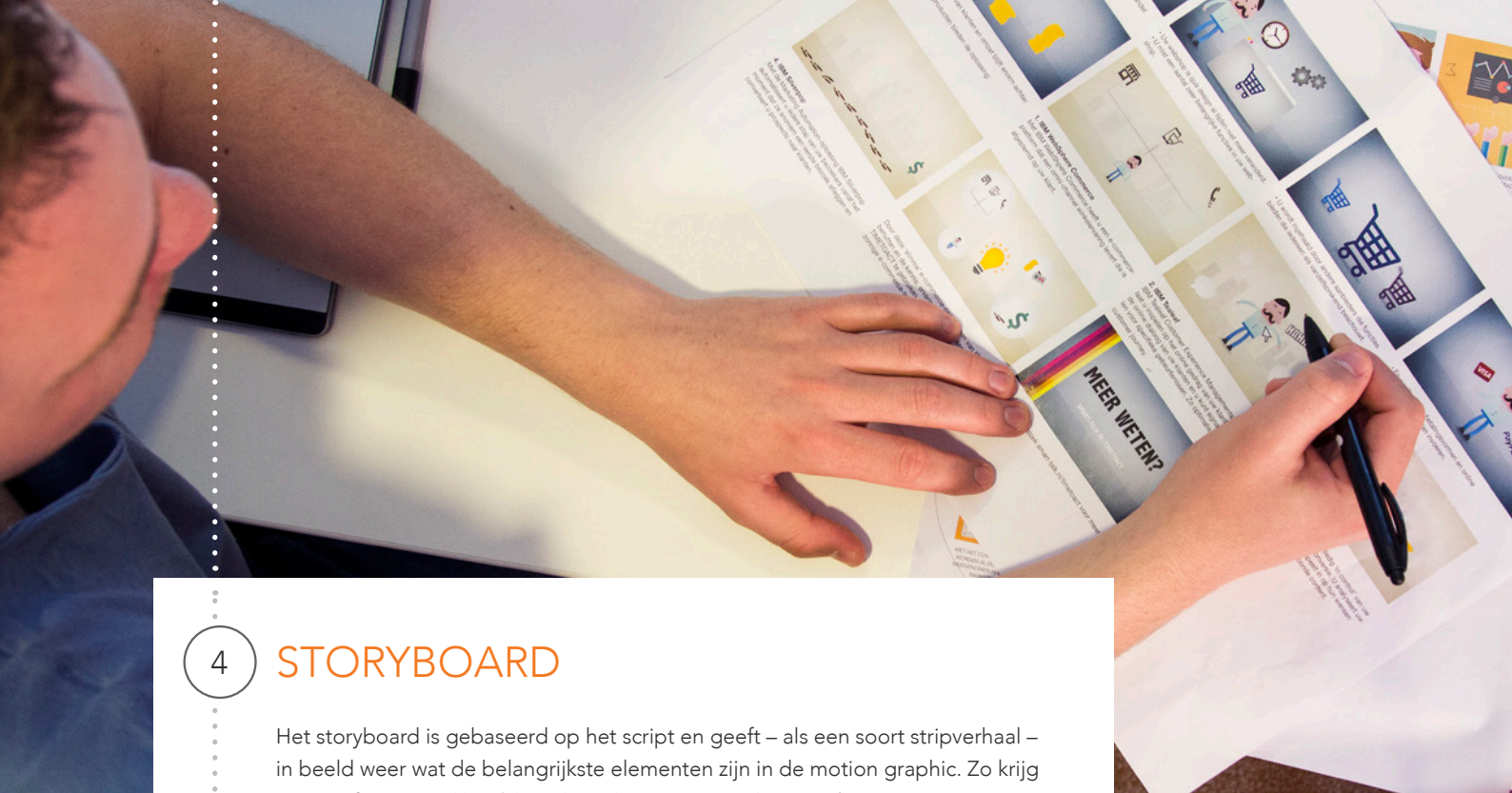
3

VOICE OVER

De keuze van de stem die het script gaat inlezen is niet onbelangrijk. Het draagt in grote mate bij aan de uitstraling van de video.

↓





4

STORYBOARD

Het storyboard is gebaseerd op het script en geeft – als een soort stripverhaal – in beeld weer wat de belangrijkste elementen zijn in de motion graphic. Zo krijg je vooraf een goed beeld van hoe de motion graphic eruit komt te zien.

5

ONTWIKKELING UITLEGANIMATIE

Het storyboard wordt omgezet in bewegende animatie. De animatievideo's zijn ideaal te gebruiken op websites, sociale media en in e-mails. Ook op smartphones en tablets worden video's prima weergegeven. Dat maakt video een zeer geschikt middel om informatie over te brengen.

EEN UITLEGANIMATIE, WAT KOST DAT?

Video's en animaties hebben het imago zeer kostbaar te zijn. Veel bedrijven waar u dergelijke video's kunt laten maken, rekenen bedragen vanaf zo'n € 10.000,-. Toch zijn er tegenwoordig ook bedrijven, zoals motion graphic-developer [MotionXperience](#), die het proces van script schrijven, animeren en voice-overs zodanig hebben gestroomlijnd, dat uitleganimates bereikbaar zijn voor vrijwel elk bedrijf met een website.

WILT U WETEN WAT
EEN UITLEGANIMATIE U
ZOU KOSTEN? VUL HET
FORMULIER IN OP
[MOTIONXPERIENCE.NL](#)



LEES OOK

WHITEPAPER - De vormen van online video
BLOG - De blijvende trend: video is en blijft
BLOG - Het slagen of falen van een bedrijfsfilmje
BLOG - Print en video combineren? Het kan!

VOLG ONS OOK OP



Velperweg 28a
6824BJ Arnhem

E info@contentxperience.nl

T 026-7999 066

[WWW.CONTENTXPERIENCE.NL](#)