

**Virksomheder der påstår  
de ikke har tid til at lave  
video, har ikke forstået  
videoens effekt**

**Spørgsmål:**

**BRUGER DU VIDEO  
I VIRKSOMHEDEN NU?**

**HVIS NEJ,  
HVORFOR IKKE?**

**VIDSTE DU**

**GODT AT...**

**DIT WEBSITE**

ER

KEDELLIGT

**DET MANGLER**

**PERSONLIGHED**

**AUTENSITET**

**NÆRVÆR**

**I SKAL**

**FÅ LIV**

**IND PÅ SIDEN**



**Skal vi connecte?**

**Thomas Martinsen**



 **videokursus.com**

 **videoudstyr.dk**



# KURSER & FORDRAG



FQ  
582m

25 FPS  
1080 P  
00:00:00

# KURSER & FORDRAG

# videoudstyr til virksomheder, kommuner og det offentlige Danmark



## Vi er mere end bare en webshop

Vi rådgiver om videoudstyret, så du er sikker på at få det helt rigtige udstyr til dit behov.

Hos os kan du som offentlig institution betale med EAN faktura





[AARHUS & KBH →](#)



[LÆS MERE →](#)



[LÆS MERE →](#)



[KOM NEMT IGANG →](#)



[ONLINE KURSUS →](#)



[ONLINEKURSUS →](#)



# UDVALGT PRAELISTE




# UDVALGT PRAELISTE






# UDVALGT PRAELISTE



ODSGARD



supporters

EJNER HESSEL

W | Wilke

nets

Trap  
Danmark



UDVIKLINGVEJEN



Mouldflo



JobTeam  
Vikar og rekruttering



EXECUTIVE  
COGNITO



DGI



midt  
regionmidtjylland

**MÅLET I DAG?**

**AT DU HAR**

**INDSIGT**

**I HVORDAN DU**

**KOMMER**

**GODT I GANG MED**

**VIDEO I DIN BUSINESS**

**HVAD NÅR VI SÅ IK...**



**AT LÆRE DET  
PRAKTISKE**



# Spørgsmål:

**DIN STØRSTE  
UDFORDRING**

**HVIS DU SKAL LAVE VIDEO?**

# TYPISKE UDFORDRINGER:

- **Udstyr**
- **Frygt**
- **Indhold**
- **Forfængelighed**
- **Perfektionisme**
- **Redigering**





**Virksomheder der påstår  
de ikke har tid til at lave  
video, har ikke forstået  
videoens effekt**

**DE HAR NEMMLIG  
IKKE TID TIL  
AT LADE VÆRE...**

**DE VIL SNART**

**DRUKNE**

**I ANDRES**

**VIDEOER**

**MEN**

**HVORDAN**

**KOMMER DU**

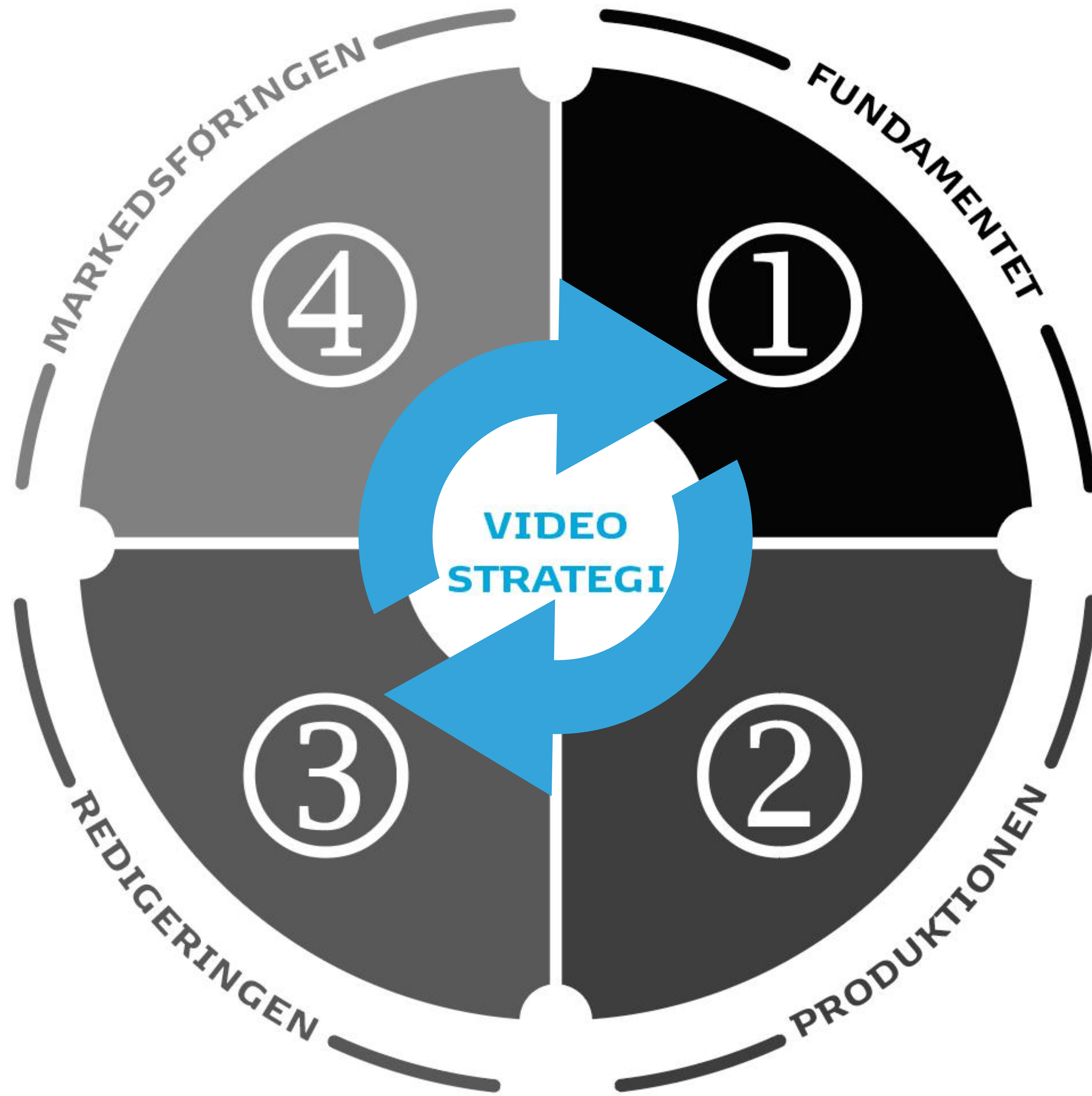
**BEDST I GANG?**

**DU SKAL FÅ**

**LAVET EN**

**VIDEOSTRATEGI**

**STRATEGIEN  
ER GRUNDLAGET  
FOR DIN SUCCES**







**HVORFOR ER EN  
STRATEGI  
SÅ VIGTIG?**

**FORDI VIDEO**

**ER MEGET**

**MERE END**

**DET DU SER**

**MEDIER?**

**FORMATER?**

**VIDEOTYPER?**

**HASTIGHED?**

**TEKNIK?**

**SERVICE?**

**SUPPORT?**

**MARKEDSFØRING?**

**1:1**



**1080 : 1080**

**1:1**



**1080 : 1080**

**4:5**



**1080 : 1350**

**1:1**



**1080 : 1080**

**4:5**

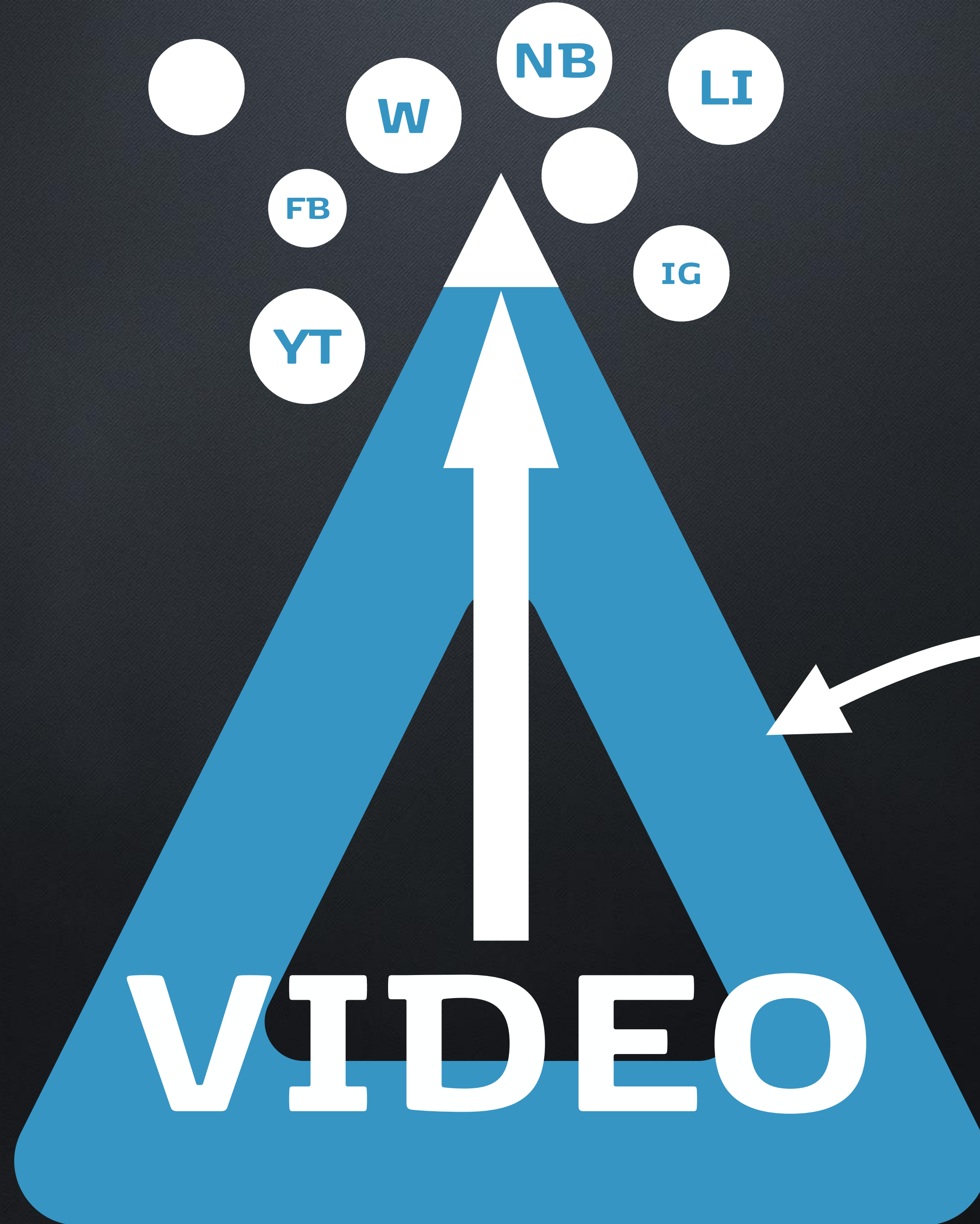


**1080 : 1350**

**9:16**



**1080 : 1920**



**VIDEO**

**STRATEGI**

**GØR DET SIMPELT**

**START**

**BAGFRA**



**Sætt ansigt  
på din  
virksomhed**

**Lad kunden møde dig  
før du møder kunden...**

**MIRA**

**MODELLEN**

MIRA MODELLER

MENNESKER

INSPIRER

RELATIONEN

AKTIVIT

**MIRA MODELLEN**

**MENNESKER**

**Få mennesker på dit content**

**Gør dit content personligt**

**Gør din kommunikation autentisk**

**MIRA MODELLEN**

**INSPIRER**

**Inspirer modtageren**

**Lav værdifuldt indhold**

**MIRA MODELLEN**

**RELATION**

**Opbyg relationer til kunden**

**Byg dig selv op, med kunden i fokus**

**MIRA MODELLEN**

**AKTIVITET**

**Rådgiv kunden til beslutninger**

**Få kunden til at lave en handling**



# 5 MIN TIL SPØRGSMAÅL

**HVILKEN  
KVALITET  
SKAL VI SÅ  
RAMME?**

# VIDEOKVALITET

MARKEDSFØRING

100%

AUTENTISK

75%

50%

AUTENTISK

25%

DIG ;-)

10%





**HVOR KAN DU MED  
FORDEL BRUGE VIDEO?**



**Produktvideoer**  
**Firmaprofiler**  
**Behind The Scenes**  
**Undervisning**  
**Videosvar**  
**Testimonials**  
**Facebook**  
**Instruktioner**

**LinkedIn hilsen**  
**Events og kurser**  
**Nyhedsbrev**  
**Konkurrencer**  
**Præsentationer**  
**Salg**  
**Interviews**  
**Support/FAQ**



**videokursus.com**

**SÅDAN TAGER  
MAN FØRSTE  
SKRIDT**

# 1. STIL SPØRGSMÅL



Hvorfor lave video?

Hvad er målet?

Hvor vil I bruge video?



Hvilke ressourcer

Skal afsættes?

Tid & økonomi



Hvordan vil I markedsføre

Jeres videoer?

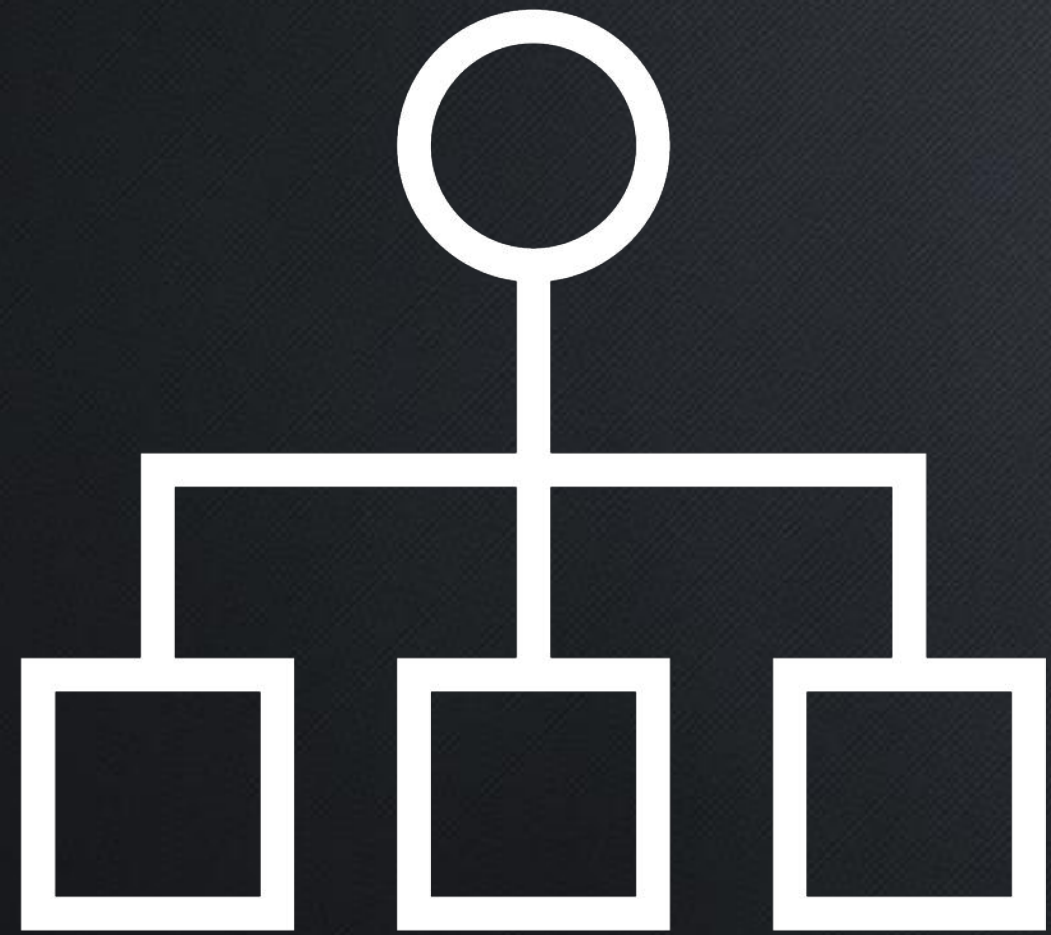
Hvem skal gøre hvad?



- Hvad er målet med at bruge video?
- Hvad er jeres udfordringer?
- Er der opbakning til implementeringen af video i virksomheden?
- Hvad er der af ledelsesmæssige beslutninger?
- Har I en overordnet markedsføringsstrategi?
- Hvor passer video ind i jeres planlagte markedsføring?
- Hvilke ressourcer kan I afsætte?
- Hvem skal levere content til indholdet i dagligdagen?
- Hvem skal stå for det praktiske?
- Hvor har I dialog med kunderne?
- Hvilke medier bruger I mest. 1,2,3...
- Hvor kunne I øge jeres kundeservice med video?
- Hvor kunne I spare tid med video?

- Hjælper I kunden digitalt?
- Kender I kundernes adfærd. Hvad er deres smerte/behov?
- Er I personlige på jeres website?
- Har I overvejet at bruge videosvar/videohilsen/videopfølgning?
- Opbyg et videobibliotek. Kan I selv få det opbygget? Tid og resourcer
- Har I lagt en plan for at producere video?
- Har I lavet et årshjul i forhold til video, og er foran det?
- Har I sat jer mål? Hvor mange videoer? Og hvorfor?
- Hvilke målepunkter skal bruges? visninger, likes, nye kunder?
- Hvilke måneder kan du ikke producere indhold?
- Vil I producere alle videoer selv?
- Har I det ok med at bruge jer selv som medarbejdere?
- Kan I præsentere foran kameraet, eller ?
- Hvem er videoansvarlig?

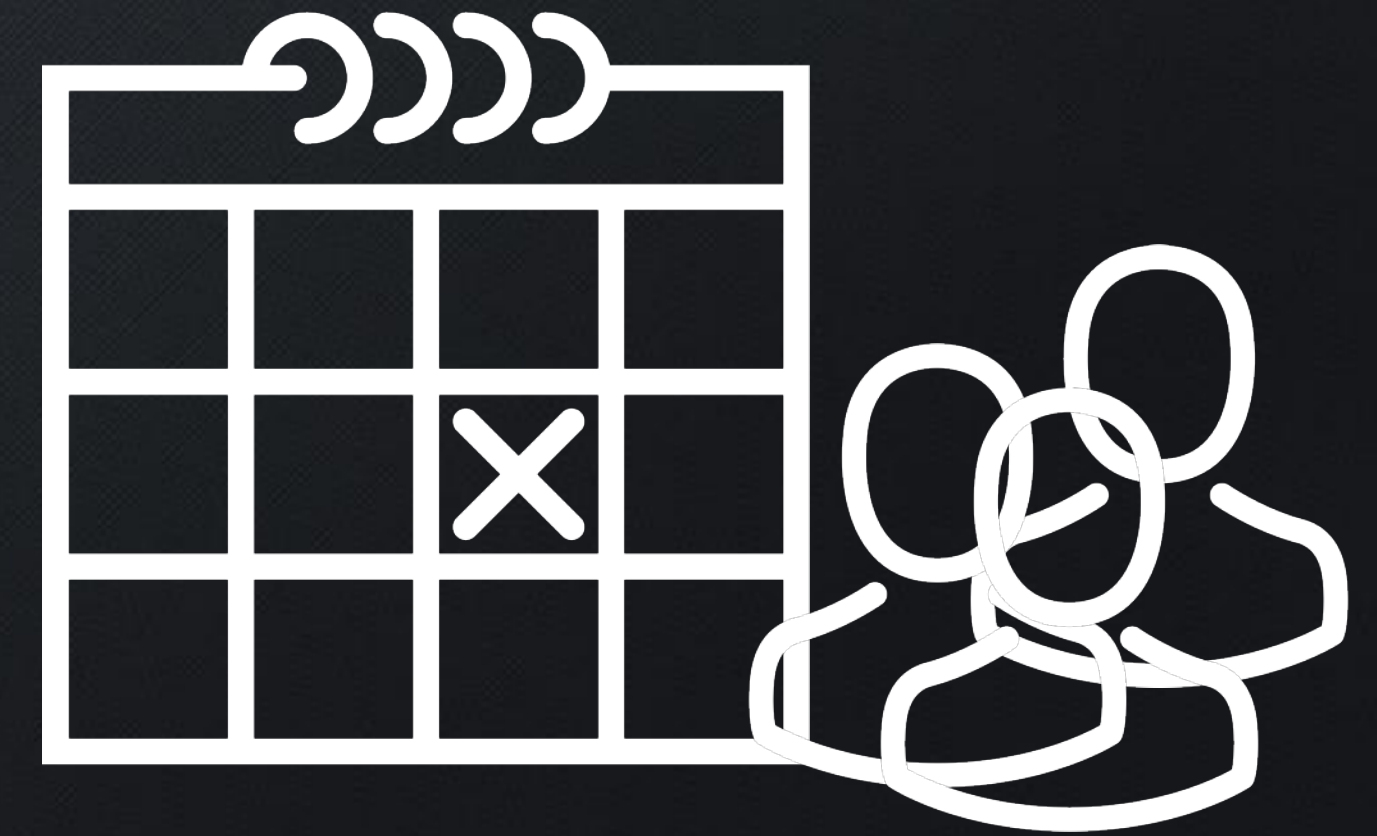
# 2. LEDERUDDANNELSEN



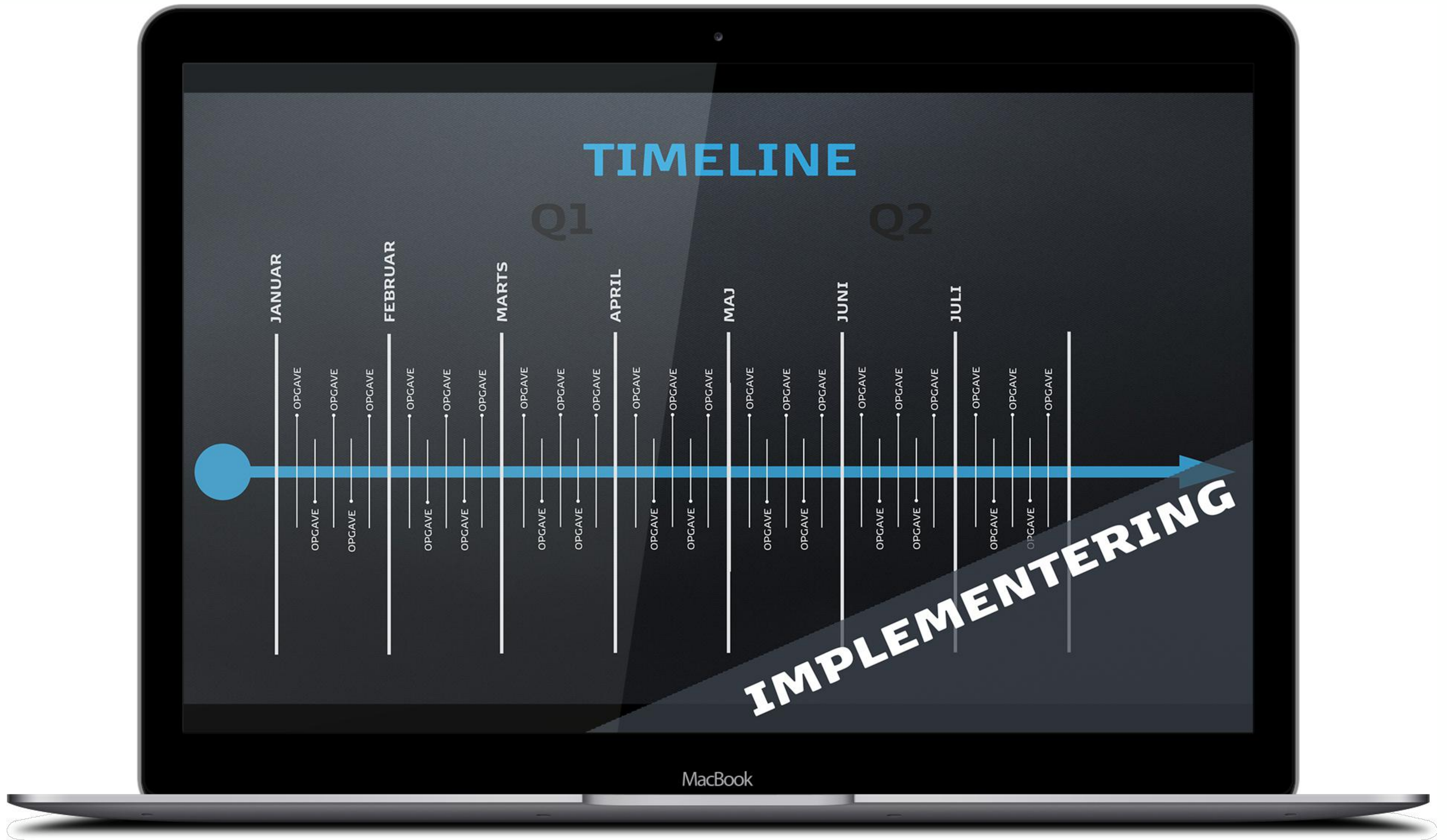
Uddan ledergruppen  
Til implementering



Sæt konkrete mål  
For hver afdeling



Planlæg udrulningen  
i organisationen

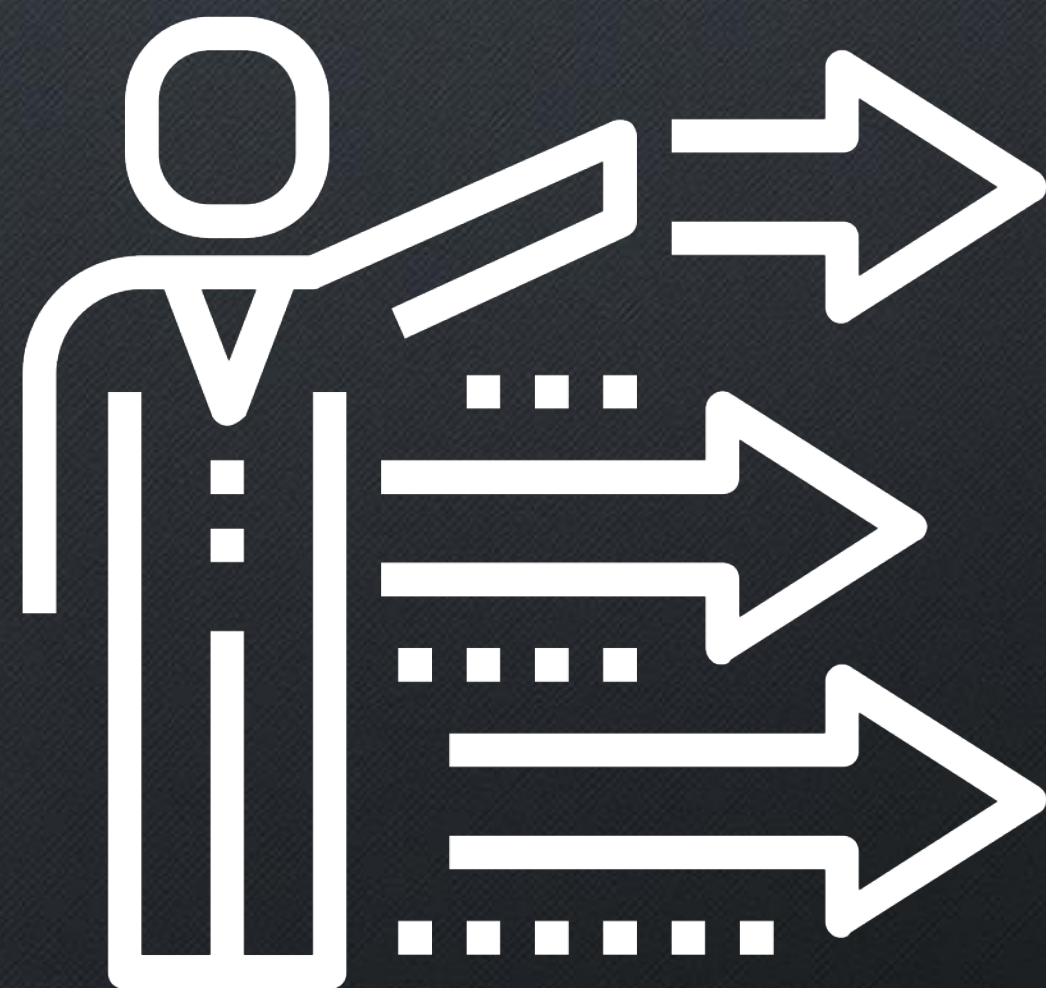


**Få sat styring på processen**

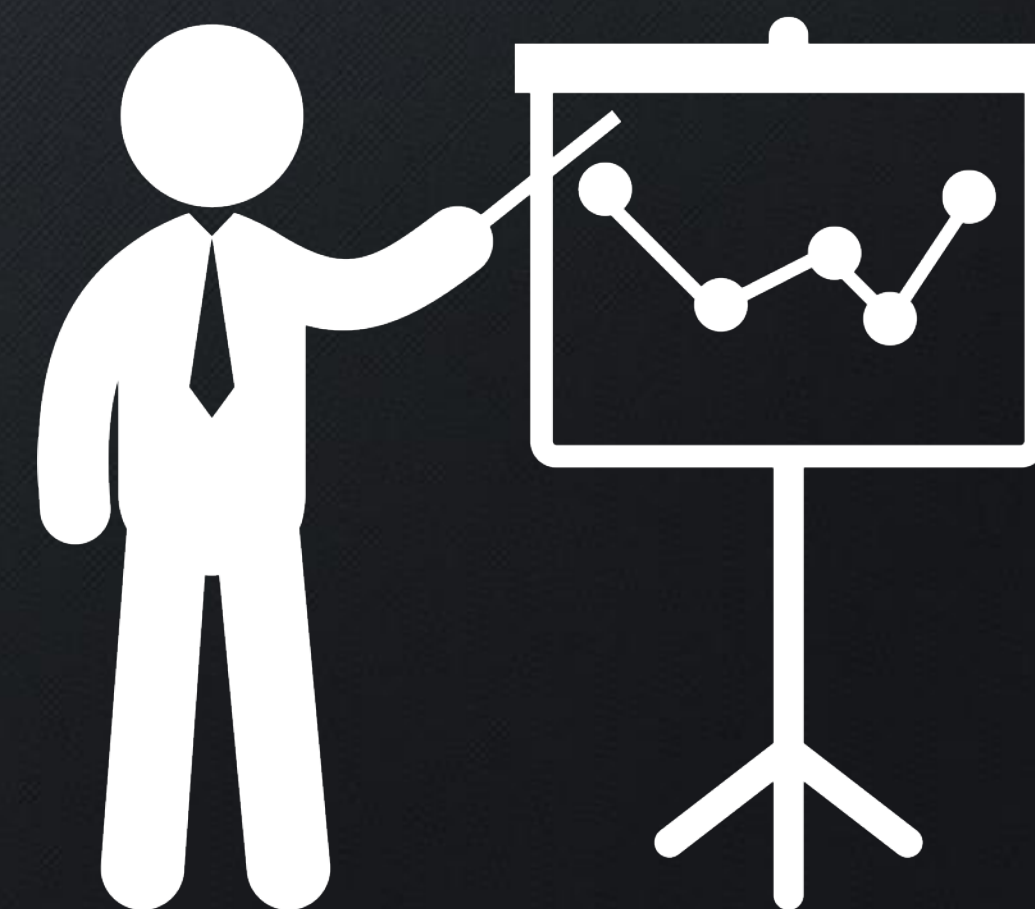
# 3. UDDANNELSE



Uddan personalet  
på alle niveauer



Implementer i  
hver afdeling



Mål på alle resultaterne

# IMPLEMENTER, MÅL

# 4. EVALUERING



EVALUER PÅ ALLE NIVEAUER

**“Alle vil udvikling,  
ingen vil forandring”**

**NÆSTE SKRIDT?**



TID TIL  
SPØRGSMAÅL



**videokursus.com**