

ANATOMIE VAN EEN VACATUREVIDEO



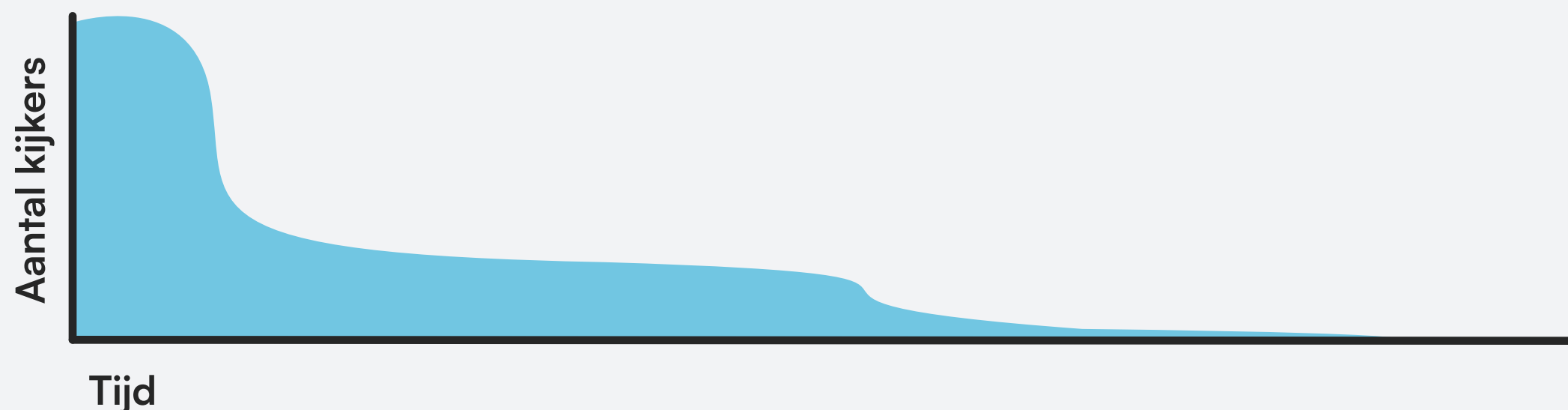
DE 6 PILAREN
VAN SUCCES

FLOW 

1. DE OPTIMALE LENGTE EN STRUCTUUR

Aandachtspannes zijn kort — een goede vacaturevideo houdt hier rekening mee.

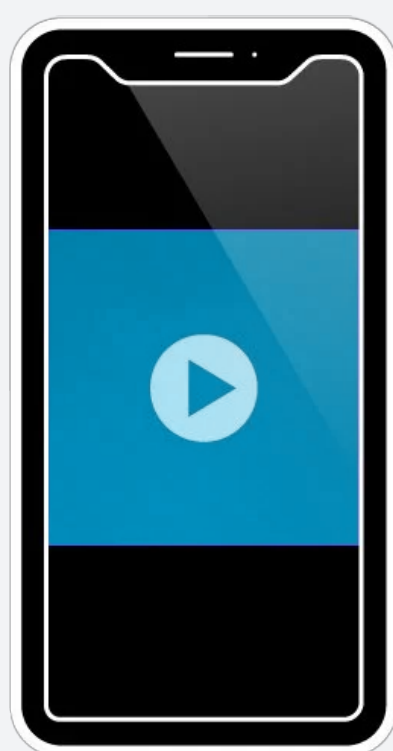
In de eerste **2-3** seconden moet je de aandacht pakken, anders kijkt men de rest niet. Na **10-15** seconden ben je het grootste gedeelte van de kijkers kwijt. Na **20-30** seconden kijkt er nauwelijks iemand meer.



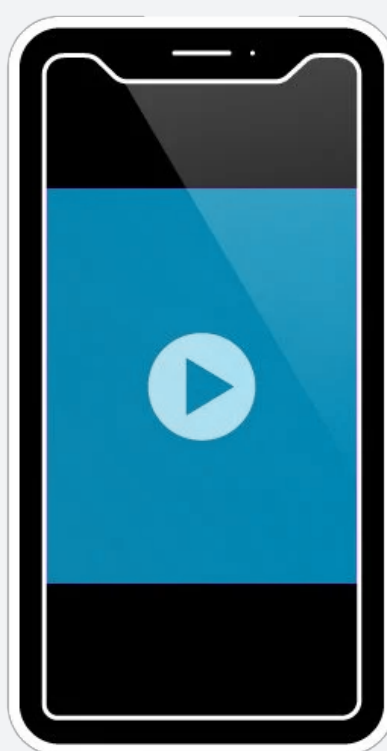
- Toon je meest prikkelende en belangrijkste informatie meteen in het begin. Maak je je vacaturevideo's niet langer dan 20-30 seconden.

2. DE JUISTE AFMETINGEN

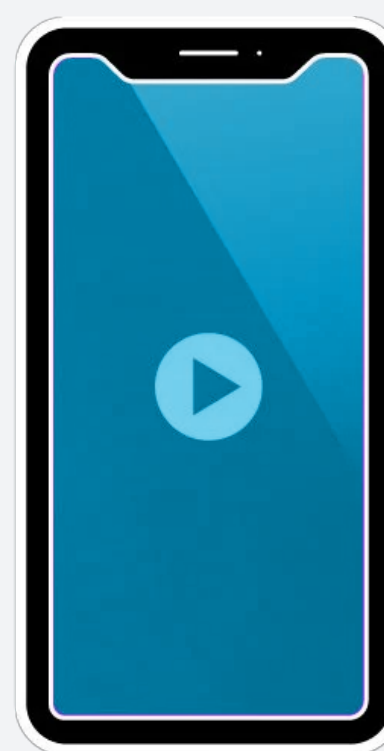
De meeste mensen consumeren je video op hun mobiel. Wil je hun aandacht? Neem dan ruimte in. Met een verticale video van **9:16** vul je het scherm bij stories en reels. Met een vierkant formaat van **1:1** of **4:5** scoor je goed op een feed of tijdlijn. Horizontale video's nemen te weinig ruimte in in deze vluchtige verticale wereld van mobiele telefoons.



1:1



4:5



9:16



Claim de aandacht van je kijker. Neem zoveel mogelijk ruimte in wat je medium toelaat — en wat voor je publiek praktisch en prettig is.

3. DUIDELIJKE ONDERTITELING

Niet iedereen is altijd in de gelegenheid je video met geluid aan te bekijken. Maak het ze makkelijk en toon je (gesproken) boodschap altijd ook als tekst op je video.



Gebruik altijd ondertiteling zodat je video voor iedereen makkelijk te volgen is.

4. AUTHENTIEKE MENSEN

Mensen zijn geïnteresseerd in mensen. Mensen spiegelen zich aan wie ze zien en vertrouwen echte mensen. Zorg er daarom voor dat je mensen laat zien in je vacaturevideo's die aanspreken en waar men zich mee kan identificeren. Zo heeft je kijker ook meteen een beeld met wat voor soort mensen die zal gaan werken.



Trek aan wie je wilt door echte en representatieve mensen te laten zien en spreken.

5. HELDERE CALL TO ACTION

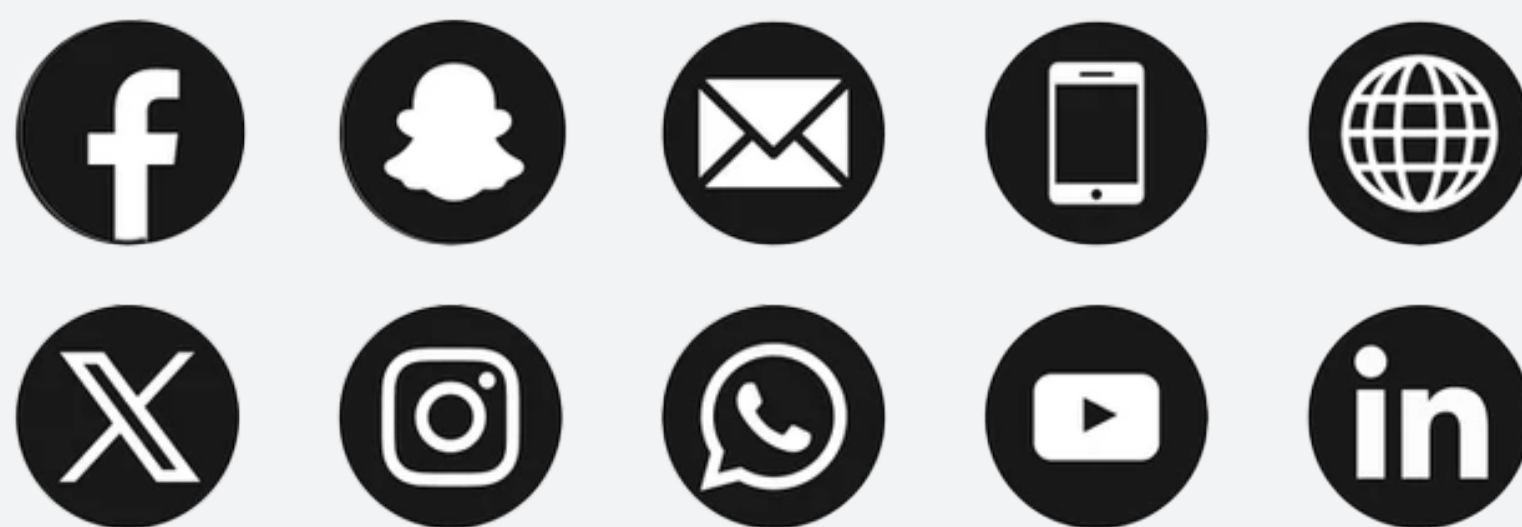
Je vacaturevideo heeft een doel: sollicitaties van mensen die bij jou willen werken. Wees helder en benoem dit ook in je video. Dit kan doe je op het einde, na je boodschap.



Sluit je video sterk af met een oproep te solliciteren.

6. GEMAAKT OM GEZIEN TE WORDEN

Een vacaturevideo moet gezien worden om effect te hebben. Je kan het plaatsen op je website, je social media en bijvoorbeeld in een mail. Waar deze video's het meest tot hun recht komen is via een social media advertentie. Zo bereik je niet alleen de mensen die jou al kennen, maar ook de mensen die nog niet bekend met je zijn én latent werkzoekende mensen.



➤ Zorg ervoor dat je video wordt gezien door de mensen van wie je wilt dat ze 'm zien.

VACATUREVIDEO'S VOOR JOUW VACATURES

Bij FLOW zetten we vacatures en bedrijven al jarenlang in de spotlight. Wil je weten hoe je een vacaturevideo in kan zetten om een positieve indruk te maken en meer personeel aan te trekken?



➤ Bekijk de voorbeelden via [deze link](#).