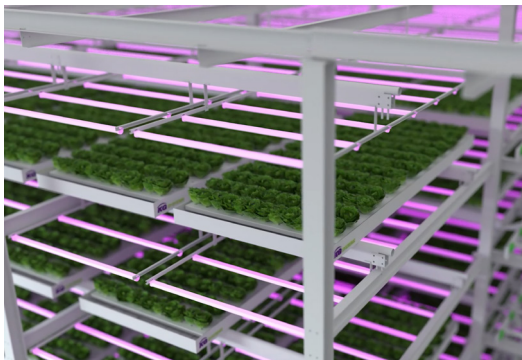
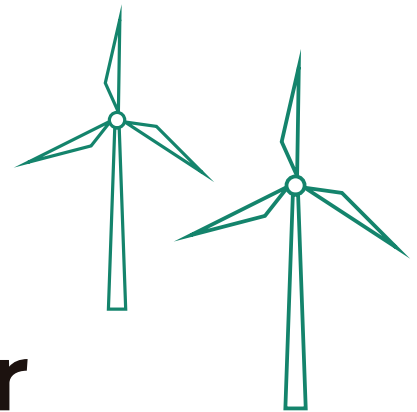


Animaties in de duurzame sector



Duurzame energie is innovatief en daarom soms complex.

Als marketeer of ondernemer besteed je vaak veel tijd aan het uitleggen van je product of dienst aan het juiste publiek. Met een **animatie** leg je jouw product **laagdrempelig** uit. Het zorgt dat je met een kleine tijdsinvestering, veel mensen kan bereiken. Een goede animatie is namelijk kort en kernachtig. De juiste inzet van animatie helpt jou bij het **versnellen van de energietransitie**, door initiatieven en innovaties te boosten.

In deze whitepaper leggen we je uit wat de voordelen zijn van animatie in de Duurzame Energiesector en hoe je het inzet.



Weet wat je wanneer vertelt.

Om de inhoud en belangrijke elementen van een animatie te bepalen, ga je op zoek naar de **Sweet Spot**. De Sweet Spot is eigenlijk **het snijvlak tussen de behoefte van je klant, en de waarde van jouw product**.

Vandaag de dag is men dankzij het internet goed onderlegd. Men heeft allerlei middelen om onderzoek te doen naar de producten en diensten die ze willen aanschaffen. Voordat een potentiële klant de telefoon pakt, heeft hij waarschijnlijk al uitgebreid georiënteerd naar de mogelijkheden.

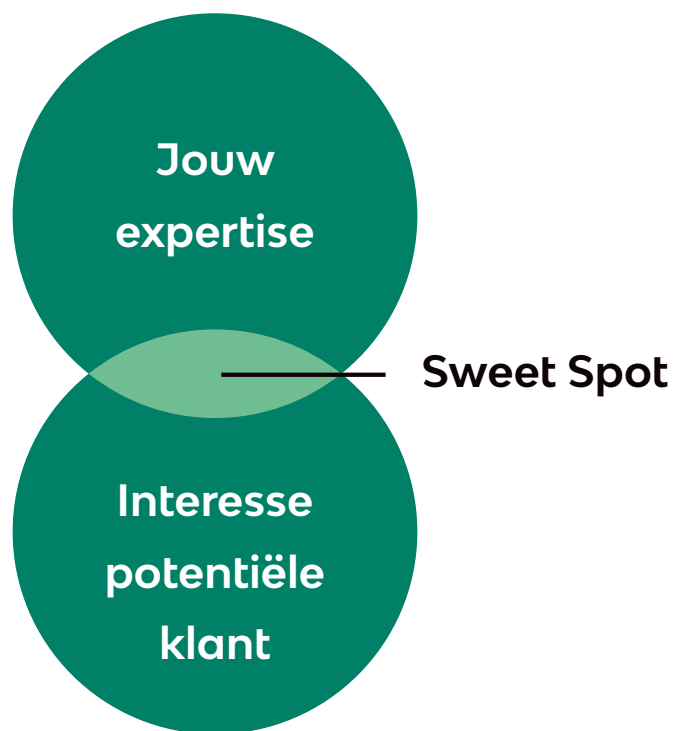
Je wilt niks aan het toeval overlaten en er zeker van zijn dat de bezoeker op je website, je contactpersoon op LinkedIn of de bezoeker op een event, direct weet wat je te bieden hebt.



Om de **interesse** van de klant te kunnen **bedienen**, zul je jouw **expertise** moeten **laten zien**.

Hoe doe je dit?

Je zoekt de plek waar jouw expertise overlap heeft met de interesse van je potentiële klant: **de Sweet Spot**. Hierin weid je dus niet uit over ieder detail, maar communiceer je alleen dat waarin jij de interesse van je klant bedient.



Bepaal de klantfases.

Om op de juiste manier op de Sweet Spot in te spelen, moet je je goed bedenken in welke **fase van een aankoopproces** de potentiële klant zich bevindt.

In iedere fase van een aankoopproces heeft een potentiële klant een **andere informatiebehoefte**. Deze fases kan je als volgt indelen:



Awareness fase — De klant is nog **niet op de hoogte** van jouw product of dienst.



Consideration fase — De klant is op de hoogte van jouw product of dienst, maar nog **niet klaar voor aankoop**.



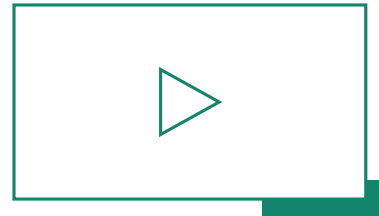
Decision fase — De klant is **klaar voor de aankoop**, maar **vergelijkt** nog met jouw concurrenten of substituten.



De juiste content op het juiste moment.

In de **Awareness fase** is het belangrijk om te focussen op het **bewustzijn**. Focus op het probleem van de potentiële klant, of hetgeen hij graag wil bereiken. Wees niet bang om te overdrijven, het doel is immers om de potentiële klant te prikkelen en ermee in contact te komen. In deze fase zijn **teasers**, **promo's** en **commercials** effectief.

In de **Consideration fase** weet de potentiële klant inmiddels van het bestaan van jouw product of dienst af. Het is belangrijk om te focussen op het **overtuigen** van het doel en de werking van jouw product of dienst. Gebruik bijvoorbeeld een **explanation**, **case study** of **virtual tour**.



In de **Decision fase** is het belangrijk om te focussen op **sociale bewijskracht**: laat zien waarom jouw oplossing beter, efficiënter, gebruiksvriendelijker of mooier is dan die van concurrenten of substituten. Gebruik bijvoorbeeld een **vergelijkingsvideo**, **customer testimonial** of **FAQ video**.



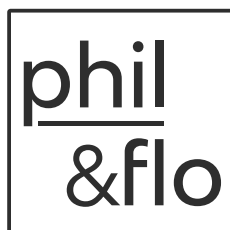
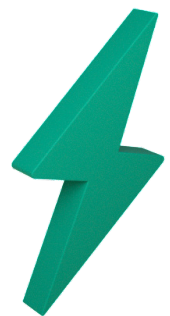
Het maken van een script.

Om de invulling van de animatie bepalen, maak je eerst een script. Hierin bepaal je per scène wat er wordt gezegd en wat er in beeld komt.

Hoe maak je een script?

Houd het verhaal kort en krachtig. Focus niet op details, dit leidt af van de kern. De ideale lengte van een animatie is afhankelijk van de fase waarin jouw klant zich bevindt. Hoe verder de klant in de klantreis is, hoe groter de bereidheid om langere video's te kijken. In de awareness fase moet je prikkelend zijn. Een film van maximaal 1 minuut is ruim voldoende.

Bedenk goed wie je **ideale klant** is. Bij **B2B aankopen** zijn vaak meerdere mensen betrokken. En het management heeft andere informatiebehoeften dan iemand met een operationele achtergrond. Richt je boodschap op de beslisser in het aankoopproces. Bedenk wat zijn informatiebehoefte is en verpak dit in een ijzersterk script.



Gebruik de juiste tone of voice. Oftewel, denk goed na over de taal die je doelgroep spreekt. Spreek je jouw ideale klant formeel of informeel aan, serieus of luchtig, direct of indirect, actief of passief? Gebruik daarnaast woorden die **herkend** worden in de branche en tot de **verbeelding** spreken. Zo zorg je voor een geloofwaardige boodschap.



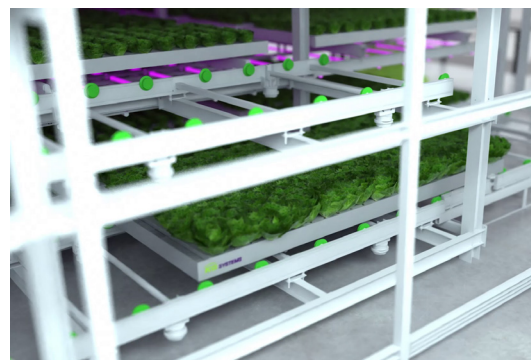
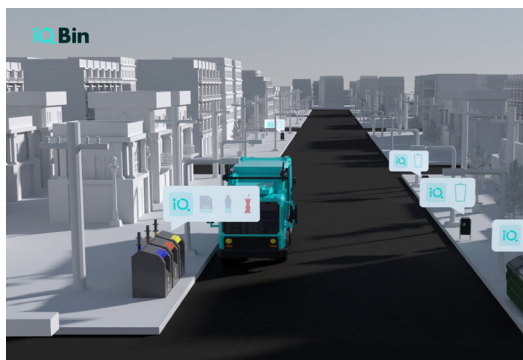
Naast de juiste woordkeuze is het ook **belangrijk dat de gekozen stem goed bij de animatie past**. Bedien je een internationale markt? Dan sta je in sommige afzetmarkten al met 1-0 voor wanneer je de klant in zijn eigen taal benadert. Een animatie is gemakkelijk om te zetten naar andere talen.

Durf authentiek te zijn en laat zien waar je voor staat. Wij doen dit door altijd maatwerk voor onze klanten te leveren, aansluitend op hun huisstijl. Mensen worden overladen met content, zorg dat je eruit springt. Wij helpen je hierbij.



Zorg altijd dat het design een verlengstuk is van je huisstijl. Onze specialisten zijn experts op het gebied van kleur en vormgeving. Samen met jou creëren wij een unieke stijl die naadloos aansluit bij jouw organisatie. Op basis van onze producties helpen wij klanten verder met merkontwikkeling.

Gebruik metaforen. Metaforen werken goed bij het verbeelden van jouw product of dienst in de Duurzame Energiesector. Mensen vinden het makkelijker voor te stellen hoeveel water er door een waterleiding gaat, dan hoeveel elektronen er door een stroomkabel gaan. Door de juiste inzet van beeldspraak zorg je voor een kraakheldere uitleg.



Om je op weg te helpen.

Onderstaand schema helpt je met het schrijven van een goed script.

Karakter

Warm
Vriendelijk
Beleefd

Toon

Service gericht
Persoonlijk

Taal

Simpel
Direct

Doel

Connectie maken
Kennis delen

Vul in:

Karakter

Toon

Taal

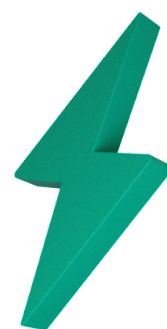
Doel



Jouw animatie inzetten.

Je hebt de perfecte animatie, zet hem weg op je website, maar er gebeurt weinig. Door de juiste inrichting van kanalen zorg je dat jouw animatie een enorme boost geeft aan je organische vindbaarheid via zoekmachines als Google en YouTube

Wees relevant. Een websitebezoeker kijkt gerust een animatie van 1 minuut. Deze bezoeker heeft al enigszins interesse, hij bezoekt immers je website. Een kijker die jouw animatie toevallig tegenkomt dankzij de algoritmes op de feed, heeft een veel lagere interesse. Deze bereik je effectiever met een verkorte teaser van maximaal 15 seconden.

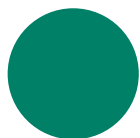


YouTube tips

Wil je goed gevonden worden op YouTube? Houd dan deze tips in je achterhoofd:



Bedenk een sterke titel met zoekwoorden waarop je gevonden wilt worden.



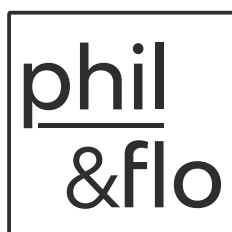
Zorg voor een heldere beschrijving die een duidelijk beeld geeft van de inhoud.



Voeg een link toe naar de pagina waar een klant actie kan ondernemen.

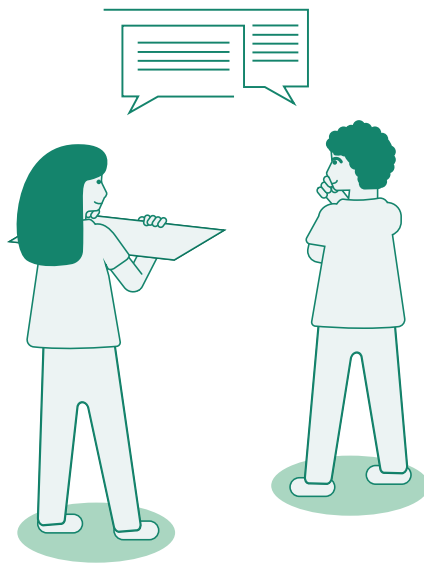


Met ondertiteling zorg je ervoor dat iedereen overal je film kan volgen (ook in een stiltecoupé of op kantoor).



Animaties bij Phil&Flo.

Phil&Flo is een creatief bureau dat strakke, esthetische en vooral mooie films en animaties maakt. Op deze manier helpen wij onze klanten hun producten en diensten zo effectief mogelijk te vertalen naar hun publiek. Wij zijn specialist in animatie en film over duurzame energie. Onze kennis en expertise maakt ons een perfecte partij om een strategie mee uit te rollen. Onze aanpak is professioneel, zakelijk, maar luchtig.



Onze werkwijze.

Bij Phil&Flo werken we volgens onze eigen **BLIEP-methode**. Bekijk hieronder wat het inhoudt.



Innovatief

Voortdurend op zoek naar verbeteringen.



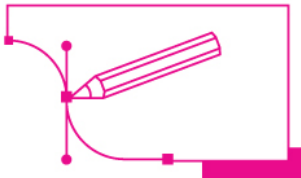
Leukste

Door enthousiast bij te dragen aan een plezierige samenwerking zijn wij de leukste.



Efficiënt

Steeds onze werkprocessen onder de loep nemen en optimaliseren.



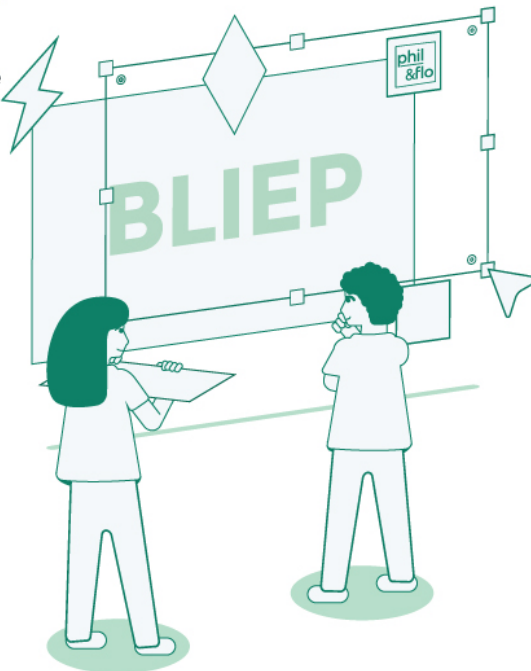
Beste

We gaan door tot jij tevreden bent.



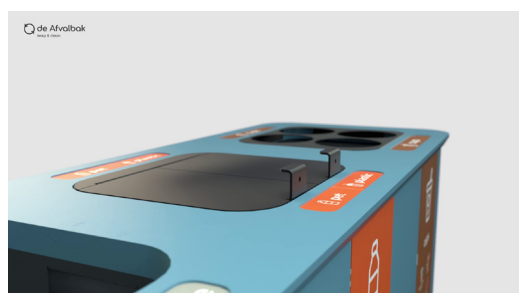
Principieel

Anderen inspireren voor de bewuste keuzes die we maken.



phil
&flo

Showcase.



phil
&flo

Onze pakketten.

Besteed je een animatie uit? Dan zoek je een partij die je business **begrijpt** en al het werk **uit handen neemt**. Wij snappen dit en bieden hiervoor verschillende pakketten aan.

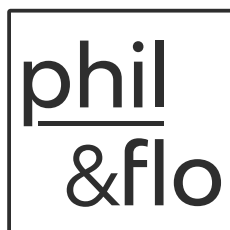
Ons klantprofiel:

- ⚡ Specialistisch product of dienst
- ⚡ Bewezen staat van dienst in jouw vakgebied
- ⚡ Gemiddelde orderwaarde tussen de €2.000 en €50.000
- ⚡ Ambitie voor groei

Bewezen trackrecord:



Bekijk onze pakketten.



Wij nemen je 2D Animatie uit handen.

2D Animatie Lite

- ✓ 60 seconden
- ✓ Voice-Over
- ✓ Muziek
- ✓ Soundeffects

€3970,-

Prijzen voor 2022, excl. BTW.

2D Animatie Premium

Lite pakket

+

- ✓ Ondertiteling
- ✓ Creatieve sessie op locatie
- ✓ 15 seconden teaser

€4890,-

Prijzen voor 2022, excl. BTW.



Wij nemen je 3D Animatie uit handen.

3D Animatie Lite

- ✓ 60 seconden
- ✓ Voice-Over
- ✓ Muziek
- ✓ Soundeffects

€8150,-

Prijzen voor 2022, excl. BTW.

3D Animatie Premium

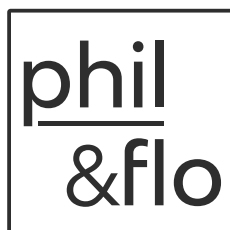
Lite pakket

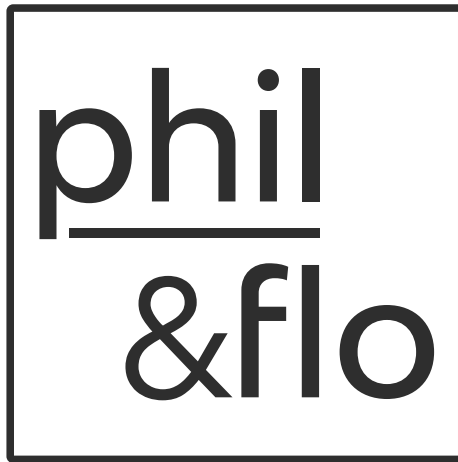
+

- ✓ Ondertiteling
- ✓ Creatieve sessie op locatie
- ✓ 15 seconden teaser

€9070,-

Prijzen voor 2022, excl. BTW.





Neem contact op.

Ook een animatie voor jouw bedrijf,
product of dienst?

We werken graag samen met organisaties
die werken aan een betere wereld.

Bel: **085 - 273 8331** of stuur ons
een e-mail op **hallo@philenflo.nl**

