

Hoe UGC jouw omzet verhoogd!

Na het lezen van deze whitepaper weet jij..



Wat UGC is



Wat de voordelen zijn van UGC



Hoe UGC jouw advertentie resultaten verbeterd



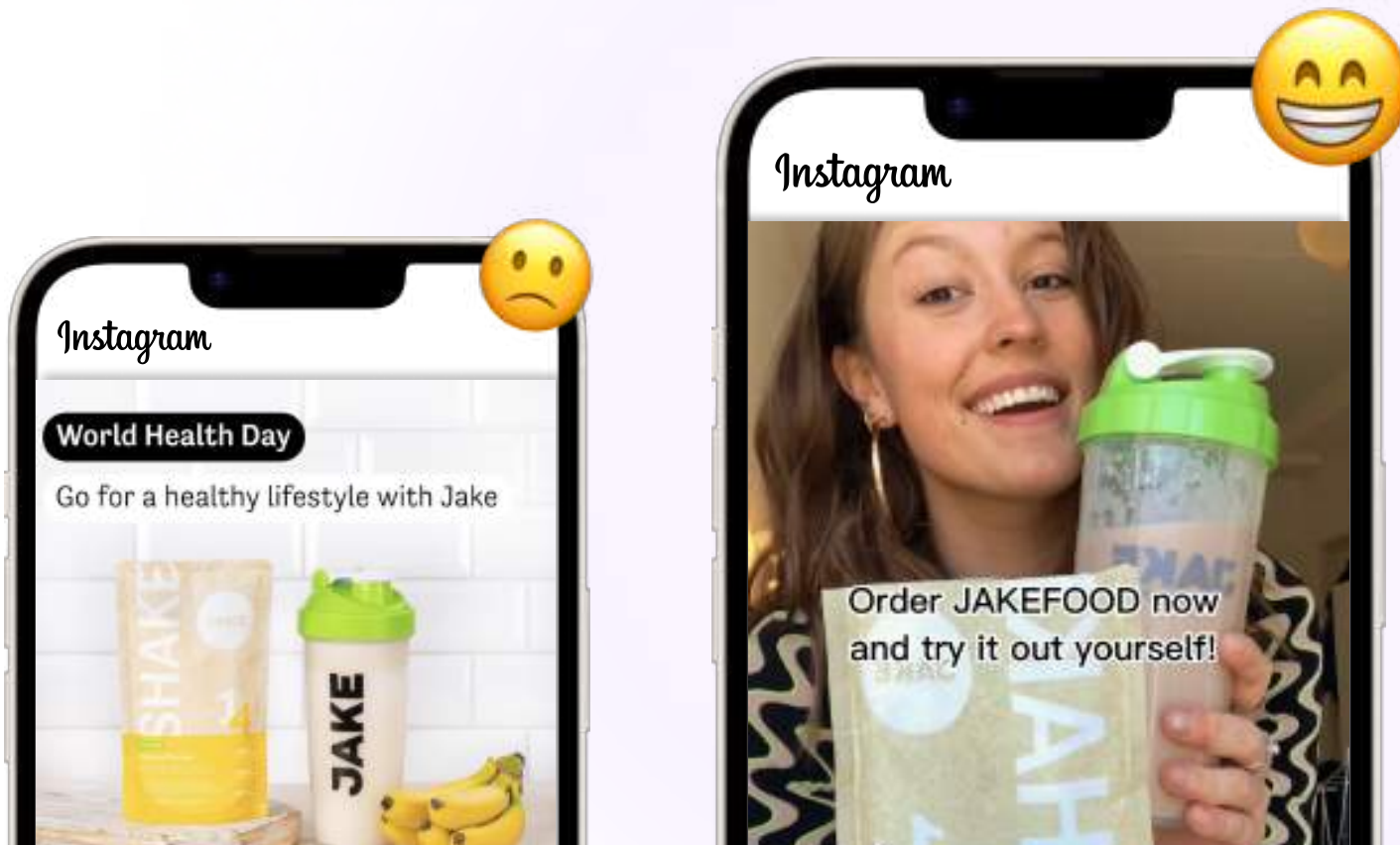
Hoe je zelf UGC kan toepassen in jouw campagnes

Het antwoord is B:



31%

van de consumenten geeft aan dat advertenties die echte klanten bevatten, beter onthouden worden dan traditionele advertenties.



Maar wat is UGC eigenlijk?

User Generated Content wordt gemaakt door de gebruiker, jouw klant. Bijvoorbeeld in de vorm van een review, foto's met het product, of een video waarin een klant vertelt over een aankoop die hij of zij heeft gedaan.

Door authentieke beelden en de stem van je klanten te gebruiken in video advertenties of op je website, komt de boodschap van jouw merk betrouwbaar over. Dit resulteert in een boost van je verkopen of toename van leads.



UGC advertenties

kunnen dus **zeer effectief** zijn, maar weinig bedrijven maken hier gebruik van.. 🤖

Bedrijven blijven vasthouden aan standaard campagnes!
Maar is het geen tijd voor een nieuwe strategie?



Even wat statistieken op een rijtje!



92%

van de consumenten vertrouwt UGC content meer



72%

van de online shoppers geeft aan dat UGC een grote invloed heeft op hun aankoopbeslissingen



31%

van de online shoppers zegt dat reclamecampagnes die UGC bevatten, beter onthouden worden dan traditionele advertenties.



50%

je cost-per-click verlagen met je online campagnes? Met goede UGC is uit onderzoek gebleken dat dit het gemiddelde effect is.

Oke, en nu? Je zit waarschijnlijk vol vragen.

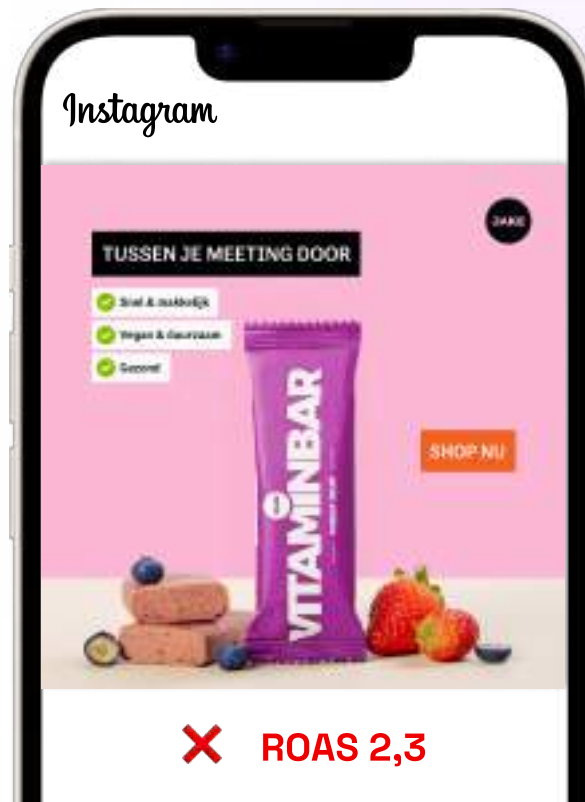
Past UGC wel bij mijn bedrijf? En wat is het resultaat onderaan de streep?

Of je het van ons wil aannemen of niet, UGC en shortform content gaat alleen maar groter worden. Jouw klanten worden niet meer warm van saaie bedrijfsvideo's of influencers waarbij je ziet dat het een advertentie is. Daarentegen willen ze zich juist kunnen identificeren met de mensen die jullie product of dienst al gebruiken, waarbij er met UGC twijfels kunnen worden weggenomen en de USP's op een leuke manier naar voren komen.

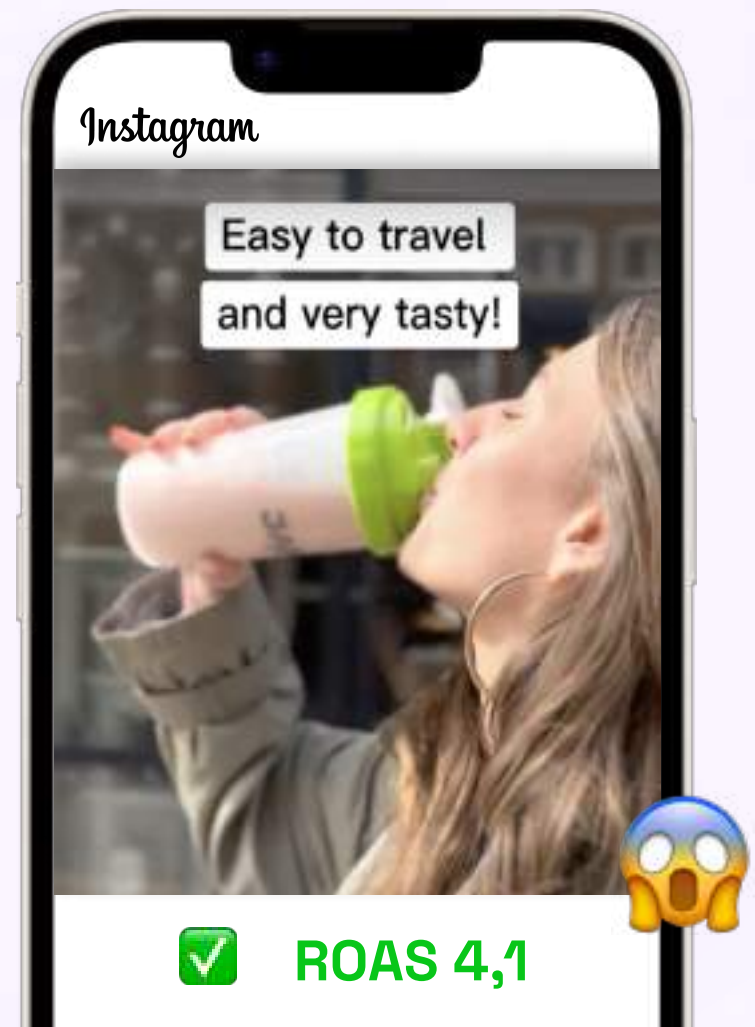
Dus ja, het zou een goede optie zijn om met UGC te starten en te testen. Over het algemeen is UGC maken ook een stuk goedkoper dan dure bedrijfsvideo's, terwijl het effect aantoonbaar hoger ligt. En er is meer!

Meer conversies in je webshop! En een boost voor je ROAS!

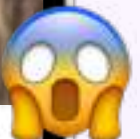
Uit onderzoek is ook gebleken dat campagnes met UGC 29% meer online aankopen hebben, dan bedrijven die er nog geen gebruik van maken.



✗ ROAS 2,3



✓ ROAS 4,1



Hoe maak je converterende UGC?

We helpen je graag op weg.

1. **Aandachttrekkende “First Hook”**: De eerste paar seconden van je UGC-video zijn cruciaal om de aandacht van de kijker te trekken en ze geïnteresseerd te houden. Je wilt dat de kijker meteen wordt geboeid en nieuwsgierig wordt naar wat er gaat komen. Hier zijn enkele voorbeelden van werkende first hooks:

- **Cliffhanger**: Begin met een intrigerende vraag of scenario dat de kijker nieuwsgierig maakt naar het vervolg van de video. Bijvoorbeeld: "Heb je je ooit afgevraagd hoe ik deze geweldige maaltijd in slechts 5 minuten heb bereid?"
- **Schokkende statistiek**: Deel een verrassende statistiek of feit dat de kijker direct aan het denken zet. Bijvoorbeeld: "Wist je dat 80% van de mensen hun ochtendritueel verkeerd doen?"
- **Visuele impact**: Begin met een krachtig visueel element dat de aandacht trekt, zoals een dynamische beweging, kleurrijk beeld of interessante grafische vormgeving.

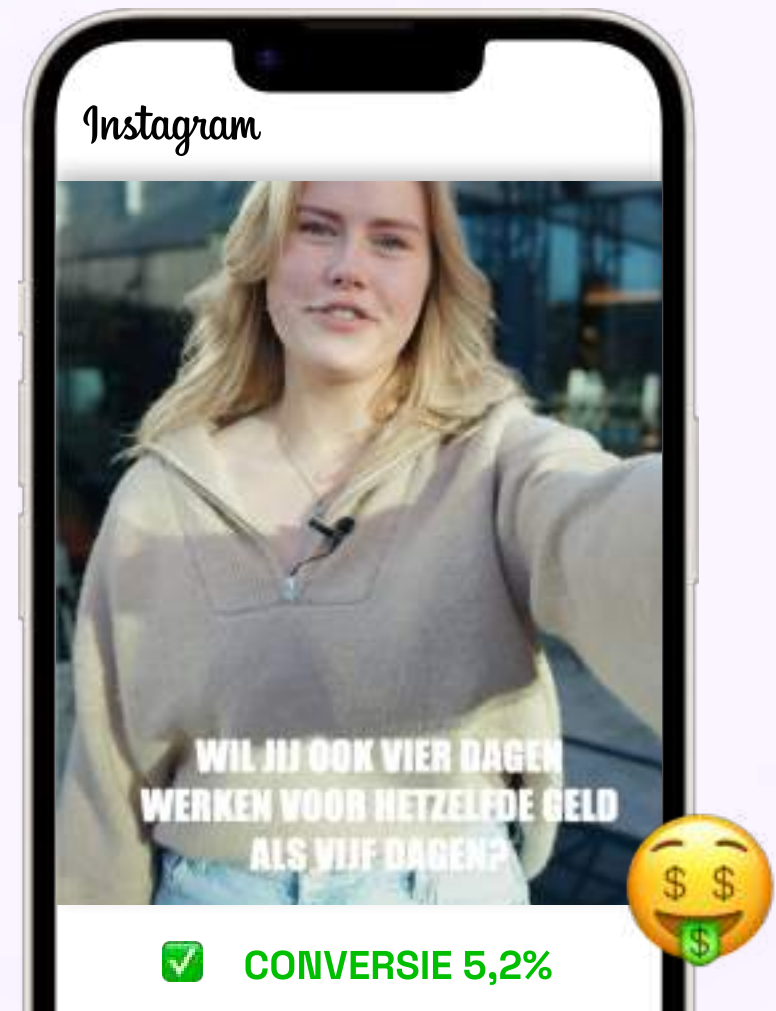
2. **Authentieke inhoud:** User-generated content is waardevol omdat het authentiek is en de stem van de gebruiker laat horen. Zorg ervoor dat de video's echtheid uitstralen en de persoonlijkheid van de deelnemers weerspiegelen. Dit kan variëren van spontane reacties, oprechte emoties, unieke perspectieven of zelfs humoristische momenten. Het draait allemaal om het creëren van een menselijke connectie met de kijker.
3. **Duidelijk doel:** Bepaal het doel van je UGC-video en zorg ervoor dat dit duidelijk wordt gecommuniceerd. Of het nu gaat om het promoten van een product, het delen van ervaringen of het oplossen van een probleem, zorg ervoor dat het doel helder is en dat de video dit doel ondersteunt.

4. **Korte en boeiende inhoud:** Houd UGC-video's over het algemeen kort en boeiend. Lange video's kunnen de aandacht van de kijker verliezen. Probeer de inhoud beknopt te houden en focus op de meest relevante aspecten.
5. **Emotionele impact:** Richt je op het creëren van een emotionele impact bij de kijker. Dit kan gedaan worden door verhalen te delen die inspireren, ontroeren, enthousiasmeren of vermaken. Emotionele verbindingen hebben de kracht om de betrokkenheid te vergroten en de video gedenkwaardig te maken.

Klaar voor succesvolle campagnes?

Met onze tips kom je al een heel eind.

Toch blijft het lastig, want veel klanten snappen niet hoe ze converterende video's kunnen maken of willen niet graag op beeld. Ook het maken van een goed script kost veel tijd en energie. Hoe ga je dit aanvliegen?



Storyboosters

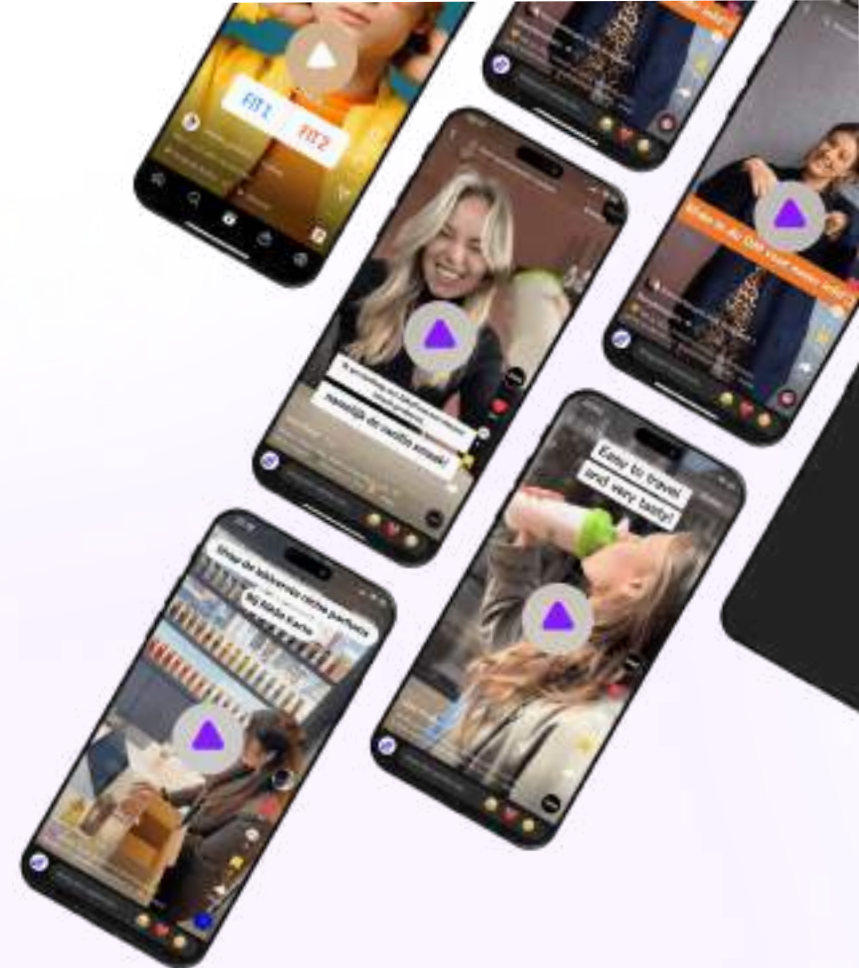
Helpt je graag verder!

Wij maken converterende UGC content voor bedrijven die willen groeien. Wij ontzorgen je volledig in dit proces: Wij bedenken, scripten en koppelen vervolgens de juiste creator uit onze database, aan jouw bedrijf.

Ben jij benieuwd wat wij voor jou kunnen betekenen en lijkt het je tof om over wat ideeën te sparren?

Klik dan op de knop hieronder en plan een kennismaking in! Tot snel :)

[Kennismaking](#)



Neem contact met ons op!

Luke Millar

hello@storyboosters.com

Oosterstraat 17, 9711 NN Groningen

