

# Business

## COLUMN



**PIERRE MERCIER,**  
managing director  
COMPUTER PROFILE  
[pierre@computerprofile.be](mailto:pierre@computerprofile.be)

**BRUNO VAN MARSENILLE,**  
managing director  
SIZE COMMUNICATION  
[bruno@sizecom.be](mailto:bruno@sizecom.be)

## De comeback van rich media

Zelfs al is het begrip *rich media* niet erg recent meer, ongeveer vijf jaar oud, vandaag maken we een echte heropleving van het interactieve gebruik van video op internet mee. Voor de niet-ingewijden: rich media is een technologie die toelaat om op een scherm video, tekst, Powerpoint-slides en allerhande andere media te synchroniseren en dat alles door interactie toe te laten tussen de boodschapper en de ontvanger.

Meer en meer bedrijven die in de wereld van het internet evolueren, stellen vandaag krachtigere oplossingen voor dan tekst of geanimeerde GIF-formaten. Zelfs al zijn die oplossingen nog niet altijd compatibel met de computersystemen van internetgebruikers, toch moeten we vaststellen dat het aantrekkelijker is naar een video te kijken en te luisteren dan gewoon een eenvoudige tekst te lezen. Het probleem is lange tijd gebonden geweest aan enerzijds het gebrek aan afzet van de media bij het grote publiek en anderzijds van de realisatie van die video's, aangezien wie 'opname' zegde, een reuzegroot realisatiebudget veronderstelde. Dat laatste argument was vaak een cruciale struikelblok voor het bedrijf dat de middelen niet had om die uitstekende mediaproducties te betalen. Maar tijden veranderen. In het tijdperk van televisie op het web worden de tarieven democratischer en toegankelijk voor iedereen. Voor zover men zich niet laat meesleuren in Hollywoodiaanse productie-ideeën uiteraard.

In termen van *business-to-business* is het videocast-format lang beperkt gebleven tot *e-learning* voor online opleidingen. Vandaag is het een erg performant communicatiemiddel en doet de bedrijfstelevisie zijn intrede op internet. Stel u voor, de voorstelling van uw cijfers aan al uw aandeelhouders, over de hele wereld, op hetzelfde ogenblik via videocast. Elkeen kan ervoor kiezen de hele presentatie te volgen of onmiddellijk dat deel te raadplegen dat hem interesseert. Of ze kunnen

ervoor kiezen om enkel de video te bekijken of om voornamelijk de Powerpoint-presentatie te volgen.

Stelt u zich uw seminars voor, waarbij het moeilijk is om uw deelnemers tot bij u te krijgen. Zij die niet aanwezig konden zijn, kunnen er toch toegang toe krijgen – als ze dat willen – en enkel het interessantste bekijken. Ze kunnen u online vragen stellen en op die manier een commerciële relatie tot stand brengen. Of u verkrijgt de presentatie van uw nieuw product op Europees niveau zonder dat uw distributienetwerk fysiek tot bij u moet komen. De tijd- en geldwinst is fenomenaal en de impact op middellange termijn gegarandeerd. Dat alles

zonder alle meetinstrumenten, die internet biedt, te vergeten. Aangezien het nog één van de enige media is die een direct resultaat biedt, én toelaat om pakweg de prospecten of frequentie te identificeren. Kwestie van met behulp van wat goede raad van professionals aan te voelen om dit soort acties te vernieuwen of net niet.

Af en toe krijgen we zelfs videopost in onze mailbox. Die laatste stuurt je naar websites waar door middel van video en Flash gebruik wordt gemaakt van promotionele technieken die hun nut eerder al hebben bewezen. In de Verenigde Staten stellen sommige interactieve communicatiebureaus publicitaire *banners* voor geanimeerd door videobeelden. Analyses tonen aan dat de impact van dit type van online communicatie tien keer hoger kan liggen in vergelijking met de klassieke banner.

Het deel rich media binnen de online reclame bedraagt vandaag meer dan 30 procent in Frankrijk en schommelt rond 25 procent in Engeland en Duitsland. En met de ontwikkeling van breedband op Europees niveau, lijkt het verhaal nog niet ten einde. Binnenkort hoeft u niet meer wanhopig te worden van uw papieren handleidingen om uw elektrotoestellen aan te sluiten, u kan de installatie ervan bekijken via rich media. De applicaties zijn legio, de revolutie is bezig, hou u vast! ■

“Het is aantrekkelijker naar een video te kijken en te luisteren dan gewoon een eenvoudige tekst te lezen.”