Video Stories

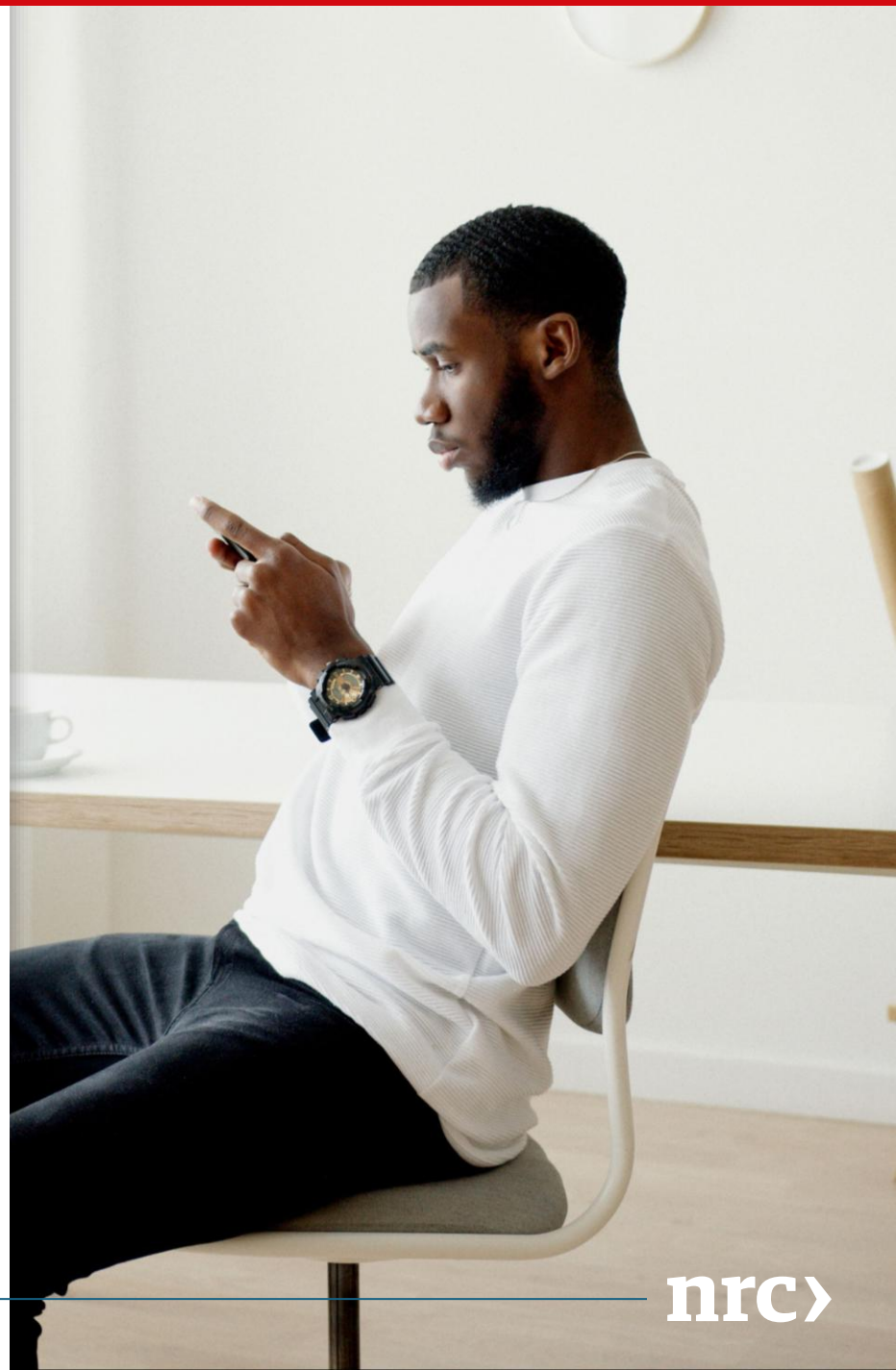


Video Stories

Met **Video Stories** wordt een geschreven advertorial of branded-content-verhaal doorvertaald naar een korte, dynamische video die wordt uitgeserveerd binnen de digitale NRC-omgeving.

De video brengt de kernboodschap kort en krachtig over en bereikt zo ook mensen die liever kijken dan het volledige verhaal lezen.

Bovendien prikkelt de video de nieuwsgierigheid en nodigt deze geïnteresseerden uit om verder te kijken op de website van de adverteerder.



Van één verhaal naar meerdere contactmomenten

De video wordt ontwikkeld vanuit het geschreven verhaal, zodat boodschap, toon en inhoud op elkaar aansluiten en passen bij de omgeving van het nieuwsmerk. De video kan vervolgens in verschillende digitale vormen worden ingezet.

- 30 seconden
- Vertical video, outstream en social
- Mogelijkheid tot call-to-action naar click out naar adverteerder
- Uitermate geschikt voor verhalen met aansprekend beeld of video als input
- Inclusief productie door NRC
- Alleen beschikbaar in combinatie met een geschreven verhaal

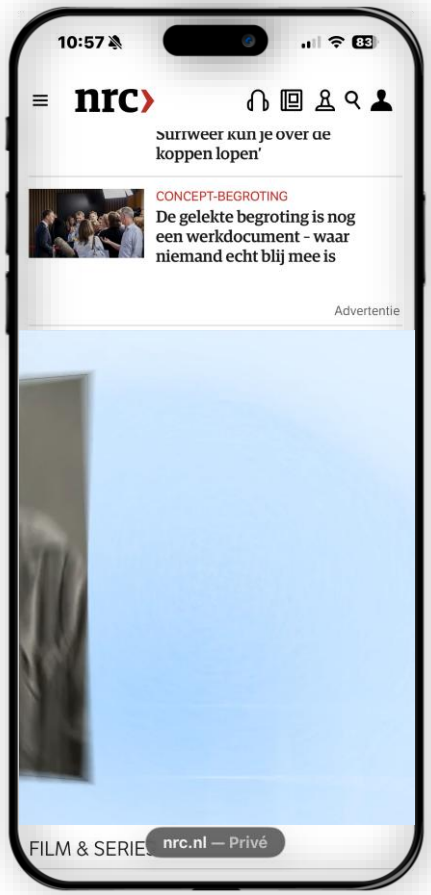


Hoe het werkt

Video Stories voegen een laag toe aan branded storytelling in de media mix: de video wordt automatisch getoond op de website van NRC en in-article.

Deze **Video Stories** zijn gemaakt voor het Rijksmuseum n.a.v. de nieuwe tentoonstelling Willem de Kooning at work.

Vertaling naar dynamische video story



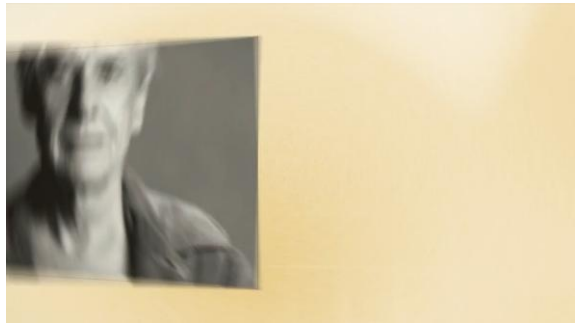
3 ratio's, 4 kleuren



16 x 9 landscape



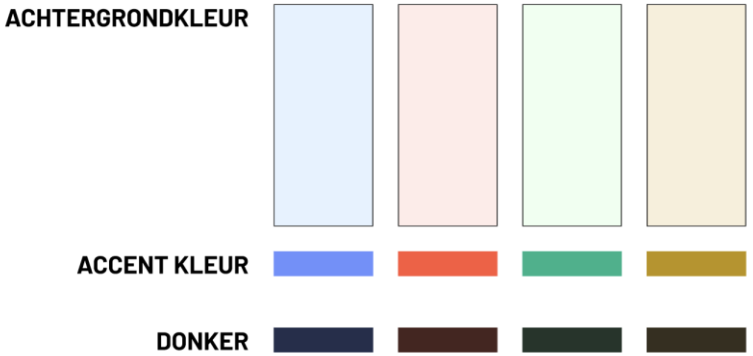
9 x 16 vertical



16 x 9 landscape

Kleurpalet

licht en divers voor een breed palet aan merken en prettig opvallend in een witte NRC omgeving



nrc

Getest door Volksportret

De motivaties, interesses en overwegingen van de NRC-doelgroep onderzoeken we samen met Het Volksportret: Nederland vertegenwoordigd door 100 persona's, elk representatief voor 1% van de bevolking.

- Basis voor de segmentatie is betrouwbare doelgroepdata (CBS, doelgroepmonitor etc.) .
- Combinatie met AI maakt het mogelijk om de interactie aan te gaan met de (gemodelleerde) doelgroep.
- Voor Video Stories is er onderzoek gedaan naar het effect van dit nieuwe product.

"Wanneer Video Stories en het artikel in combinatie getoond worden, ervaart men dat de twee boodschappen elkaar aanvullen. De combinatie van inhoud en emotie wordt gewaardeerd. " September 2026

