

## WORKSHOP SOCIALE MEDIA EN FOTOGRAFIE

22 maart 2023

### DOELGROEPEN ONLINE

Je kan spreken van 3 doelgroepen online:

- Boomers
- Millennials
- Gen Z

Daarnaast zijn er verschillende platformen die onder de noemer 'sociale media' vallen. De hoofdplatformen zijn:

- Facebook (Boomers)
- Instagram (Millennials)
- TikTok (Gen Z)
- YouTube (voor elke doelgroep vaak als secundair of tertiair platform)

Hierbij gebruiken de Boomers vooral Facebook, de Millennials vooral Instagram en Gen Z vooral TikTok. Maar er zijn ook heel wat secundaire platformen die elke doelgroep gebruikt en zo wordt er gecombineerd in social media. Hoe jonger, hoe meer verschillende platformen uiteraard.

De manier van shoppen is uiteraard voor al die doelgroepen anders.

**Boomers** zijn de generatie die vaak worden vergeten in reclame. Waar influencer marketing goed werkt voor de jongere generaties, zijn de boomers wel nog gevoelig voor een effectieve reclamecampagne met een duidelijke call-to-action.

Voor **Millennials** is het belangrijk dat wat er op social media gebeurt ook écht is. Ze zijn visueel ingesteld en opgegroeid met Instagram. Het visuele is dus belangrijk, de sfeer die je meegeeft, maar ze controleren ook of het wel klopt wat je zegt. Daarom zijn referenties van influencers zaken die bij hen wel werken.

**Gen Z** is dan weer de generatie die opgegroeid zijn met social media. Maar liefst 2/3<sup>de</sup> van hen leert merken kennen via social media.

Per medium is het belangrijk dat je de zaken toch wat anders aanpakt:

Op **Instagram** werken grappige zaken, meer lifestyle en eventueel kleine reels waarbij je een verhaal visueel vertelt. Het gaat daar sneller. Veel tekst is hier een no-go.

Op **Facebook** is er dan weer ruimte voor meer interactie (meningen vragen, polls,...). Er wordt minder snel gescrold én je kan er makkelijk doorlinken naar

je website. Ook stories zijn mogelijk op facebook, dit is content die maar 24u blijft staan maar wel héél populair zijn.

Maar uiteraard is dit allemaal maar een doorsnede van elke doelgroep. In de realiteit zal je zien dat de 3 doelgroepen in elkaar over vloeien. Niet iedereen kijkt op dezelfde manier naar sociale media.

## DOELGROEP VOOR JOUW MERK

Start altijd met je doelgroep te bepalen door je de vraag te stellen: ***“Wie wil je bereiken?”***

Je zal al snel merken dat je graag iedereen wil bereiken, maar als je dat echt met elke boodschap wil doen, dan bereik je eigenlijk niemand. Zorg dat je boodschap dus bij de juiste mensen terecht komt.

Daarom is het belangrijk je boodschap aan te passen aan je doelgroep - ***“Tegen wie spreek ik?”***

Pas je tone of voice aan aan die doelgroep door een specifieke **ijkpersoon** op te maken. Dat is een fictief persoon waar je zelf de waarden van gaat invullen. Zo kan je een paar ijkpersonen aanmaken om je boodschap op verschillende manieren op te gaan maken zodat je hen aanspreekt in functie van hun behoeften, waarden en eigenheid.

Spreek je tegen studenten of tegen een gezin? Op basis van die insteek en hun eigen waarden, ga je dus je boodschap aanpassen.

## CONTENT

Maak gebruik van een aantal vuistregels als je content gaat creëren:

- Ga na tegen wie je wil spreken ahv je doelgroep en ijkpersoon
- Ga na wat het doel is van je post: wil je meer bereik, volgers, interactie, likes,...
- Welke boodschap wil je meegeven?
- Op welk platform ga ik posten?
- Zorg dat je boodschap voldoende ‘stopping power’ heeft (mensen scrollen maar door, dus je beeld of boodschap moet opvallen of voldoende kracht hebben om hen te doen stoppen met scrollen)
  - o Voorbeelden: vaag houden - close-up van gezichten - groepsfoto’s ...
  - o Trucje: bij een video de quote van in het midden van het verhaal in het begin tonen (niet beginnen met tekst) → een stuk uit het einde van voor zetten als teaser en dan de rest van je boodschap (begin dus met je eindresultaat)

- Post ook meer dan alleen maar je product. Denk aan je medewerkers, locaties, sfeer,...
- Keep it simple – blijf trouw aan en dichtbij jezelf!
- Mensen houden van herhaling! Het moment dat je zelf denkt dat je iets beu bent, begint het vaak pas te werken (bv. elke week ‘dolle dinsdag’).
- Gebruik de toptopical kalender om eventueel je content in te gaan plannen op basis van een aantal interessante events/acties doorheen het jaar -> [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1AktM\\_BJgO5\\_U8g1\\_P035I2zjre mA6FAEzBSOTISrUhM/edit#gid=1959869654](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1AktM_BJgO5_U8g1_P035I2zjre mA6FAEzBSOTISrUhM/edit#gid=1959869654)
- Daarnaast vind je in de presentatie nog een hele resem aan mogelijke formats/ideetjes om content te gaan creëren. Dit zijn zaken die goed werken online.

## VIDEO VS. FOTO

Video's worden op dit moment op de social media kanalen meer getoond, maar een goede foto blijft ook gewoon wel werken. Instagram worstelt zelf nog met de richting die ze met hun platform uitwillen. Ga je toch voor video, dan is dat uiteraard wat complexer om te doen. Maar weet dat authenticiteit tegenwoordig veel beter werkt dan heel professionele video's. Film dus gerust zelf en niet alles moet haarscherp of professioneel belicht zijn. Mensen verwachten net meer de dag van vandaag dat merken meer op menselijk niveau komen. Gebruik wel de juiste formaten voor de juiste platformen. Die vind je makkelijk online (bv. <https://juist.nl/social-media-formaten-2022/>), maar ze durven al 's snel wijzigen.

Speel zeker met video ook in op trends. Je kan die volgen door zelf altijd even te kijken op instagram of de andere kanalen welke video's populair zijn. Maak daar dan eventueel je eigen variant op.

## PLAN VOORUIT

Je kan onmogelijk elke dag tijd nemen om echt content te gaan creëren. Gebruik daarom de tools die er zijn om je posts in te plannen. **Meta Business Suite** is ideaal hiervoor aangezien je je posts voor zowel Facebook als Instagram kan gaan inplannen én eventueel kan adverteren met je post om een nog groter bereik te krijgen. Let er steeds op dat je een limiet instelt op je kredietkaart, zodat je niet voor ongewenste verrassingen komt te staan achteraf. Je kan al snel met een beperkt budget extra volgers creëren. Dat hoeft helemaal niet veel te kosten zo lang je maar je doelgroep goed instelt.

Gebruik de top topicals kalender, varieer met de verschillende formats en creëer posts per ijkpersoon. Plan daarvoor tijd in om effectief content te voorzien voor

de verschillende platformen en in functie van je doelgroep. Je kan hiervoor in excel werken, waarvan je een voorbeeld kan vinden in bijlage.

Wissel voldoende af in functie van de format. Je ziet dit ook vaak qua opbouw op de feed van bepaalde influencers of merken. Zaken komen evenwel ook terug (herhaling!) (*bv. dan 's een quote, dan iets van de top topical kalender, dan een product post, dan een this or that, dan terug een quote,...*)

Gebruik eventueel gratis software of tools om je beelden of content te bewerken of creëren. **Canva** is zo een interessante tool ([https://www.canva.com/nl\\_nl/](https://www.canva.com/nl_nl/))

En tenslotte: Evalueer ook je posts. Je kan statistieken bekijken van je posts en zo kan je gaan inschatten wanneer je posts beter scoren en specifiek op die momenten gaan inplannen. Facebook zal er algoritme-gewijs zelfs op termijn rekening mee gaan houden omdat ze een post van je verwachten en deze betere exposure geven.

## FOTOGRAFIE EN VIDEO

Je hebt geleerd dat niet alles afgelikt moet zijn op social media. Maar dat neemt niet weg dat je wel met wat basisvoorwaarden kan rekening houden als het op fotografie aankomt. Je kan er uiteraard wel een beetje moeite voor doen. Voor sfeerfoto's of personen is het allemaal minder belangrijk, maar ga je toch echt je product fotograferen, dan wil je toch graag dat dit netjes wordt weergegeven.

Om te beginnen is de basisvoorwaarde dan de 3-puntsbelichting, waarbij je rekening houdt met achterlicht, invullicht en je hoofdlicht. Je vindt daar ook wel info over op <https://www.youtube.com/watch?v=pBt8qdO03-k>

Zo'n opstelling hoeft ook niet allemaal met professioneel materiaal te gebeuren. Je kan zelf creatief zijn of je kan online wel zo'n **budget product shoot studio** kopen waar je al heel wat nuttige zaken mee kan doen. Die gaat nl. vaak die belichting optimaliseren. (<https://www.kamera-express.be/>)

En maak gebruik van het daglicht! Shoot langs een raam en gebruik ondergronden in je huis voor sfeer. Licht eventueel bij met je gsm, gebruik wit papier om licht terug te kaatsen of karton om licht te blokkeren. Speel gerust zelf wat met instellingen. Eigenlijk is er maar één echte vuistregel en dat is dat je een keuze moet maken voor warm of koud licht en dat je de twee niet moet door elkaar halen. Shoot je binnen met warm licht, zorg dan dat je ook eventueel bijlicht met warm licht. Shoot je aan een raam met het buitenlicht, ga dan niet met nog een warm licht gaan bijlichten. Houd het bij je keuze voor warm of koud licht, maar combineer deze dus niet.