



Voor cultuur dichtbij in
alle wijken van Rotterdam

Contact

Nicky do Rosario
communicatie strateeg

nicky@cultuurconcreet.nl

06 27 47 65 52





CULTUUR
CONCREET

Contact

Sylvia van Aartsen
hoofd kennis, onderzoek & communicatie

sylvia@cultuurconcreet.nl

06 14 73 29 72



Rabo Clubsupport Cultuur Boost Content



Copy | Kernboodschap

- Kort, helder en herkenbaar. Je maakt in 1 zin duidelijk:
 - Wie je bent
 - Wat je doet
 - Waarom dat belangrijk is

Copy | Kernboodschap per kanaal

- Subsidieaanvraag
 - Doel: overtuigen
 - Toon: duidelijk
 - Focus: voor wie is, wat is het resultaat, wat is daar voor nodig
- Subsidieverantwoording
 - Doel: bewijzen
 - Toon: reflectief, feitelijk, impactgericht
 - Focus: bereik, resultaat, waardering deelnemers

Copy | Kernboodschap per kanaal

- Flyer

- Doel: uitnodigen, aantrekken
- Toon: direct, enthousiast
- Focus: wat, waar, wanneer, waarom meedoen?

- Nieuwsbrief & Website

- Doel: informeren, uitnodigen van mensen die al interesse hebben
- Toon: persoonlijk, direct, enthousiast
- Focus: wat, waar, wanneer, waarom meedoen?

Copy | Kernboodschap per kanaal

- Instagram

- Doel: bereik, betrokkenheid
- Toon: kort, extreem duidelijk, beeld
- Focus: actie, sfeer

- Facebook

- Doel: bereik, betrokkenheid, uitleg, vaak lokale doelgroep
- Toon: persoonlijk, informatief, sfeer
- Focus: wat, waar, wanneer, waarom meedoen?



Copy | Kernboodschap per kanaal

- LinkedIn
 - Doel: profileren
 - Toon: professioneel, persoonlijk
 - Focus: resultaat, samenwerking

Copy | Opdracht

- Schrijf jouw kernboodschap.
- Formuleer jouw kernboodschap voor drie kanalen. Kies uit:
 - Subsidie aanvraag OF Subsidie verantwoording
 - Flyer OF Nieuwsbrief OF Website
 - Instagram OF Facebook OF LinkedIn

Beeld | Waarom foto's of video's?

- Vastleggen | herinnering
- Zichtbaar maken | groot belang
- Bewijs dat het is gebeurd
- Een goede investering | neem het mee in de begroting
- Toekomstplannen?
- Informatie geven | visueel
- Identificeren

Beeld | Hoe te vertalen?

- Welk verhaal moet naar voren komen in het beeld?
- Wat en wie is er nodig om dit verhaal zichtbaar te maken?
- Wie is de doelgroep?
- Voor welke kanalen maken we het beeld? (online / offline)
- Kiezen we voor stilstaand (foto) of bewegend (video) beeld? Beide?
- Doen we het zelf of huren we een partij in?

Beeld | Hoe maken we een goede foto?

- Juiste apparatuur (met een telefoon komen we al heel ver!)
- Goed belicht
- Scherp
- Sprekend beeld | vermijd nietszeggende shots
- Geef een goede sfeerimpressie | emoties, programma, publiek, locatie
- Vertelt het een verhaal of maakt het nieuwsgierig?

Beeld | Is dit goed beeld?



Beeld | Is dit goed beeld?



Beeld | Is dit goed beeld?



Beeld | Is dit goed beeld?



Beeld | Is dit goed beeld?



Beeld | Is dit goed beeld?



Beeld | Is dit goed beeld?



Beeld | Is dit goed beeld?



Beeld | Is dit goed beeld?



Video | Waarom bewegend beeld?

- Duidelijke verschuiving van foto naar video. Waarom?
- Online | gaat langer mee in algoritmes, (groter) bereik
- Blijft vaak beter hangen bij mensen | vaak meer impact
- Video's bieden meer informatie dan foto's
- Meer gedetailleerde registratie dan foto's
- Edit van video's brengt meer mogelijkheden met zich mee
- Eigen voorkeur | smaak

Video | Hoe maak je een goede video?

- Juiste camera-instellingen | Google is your friend
- Maak stabiele beelden, gebruik een stabilizer
- Shots van minimaal 8 seconde, bruikbaar voor de edits
- Zorg voor genoeg opslag
- Maak geen overload aan beelden
- Indien je geluid opneemt, neem speciale apparatuur mee
- Less is more!

Video | Hoe maak je een goede video?

- Bedenk een verhaallijn | begin, midden, eind
- Draaiboek | hoogtepunten
- Maak veelzijdig beeld | wees creatief
- Interview de juiste personen | organisatie, publiek, betrokken partijen
- Denk alvast na over de muziek
- Laat je inspireren!
- Neem je tijd voor de edit | maar hou rekening met momentum

Video | Voorbeeld Cultuur Boost Geld



Beeld | Tips

- Verdiep je in statistiek (!) | bereik, publiek, pieken, dalen
- Wat werkt wel / niet?
- Plan het soort content per initiatief | foto, video
- Bespreek een strategie | spreekuur
- Zoek inspiratie | beter goed gejat, dan slecht bedacht
- Investeer in je zichtbaarheid
- Zet je materiaal in | mensen willen het zien

Video | Callsheet

- Basis | Essentiële gegevens
- Aanleiding | Wat er vastgelegd wordt
- Achtergrond | Wat is de kernboodschap?
- Draaiplan | Uitgebreide toelichting op de basis
- Draaiboek / Shotlijst | Denk in een verhaal
- Extra | Aanvullende creatieve input



Beeld | Opdracht

- Werk een callsheet uit voor jouw initiatief.
- Kies voor video / foto / beiden
- Focus op:
 - Achtergrond
 - Draaiboek / Shotlijst
 - Minimaal 1 'extra' idee



Tot slot | #contentdichtbij

Mensen komen eerder af op iets dat dichtbij voelt. Laat zien wie jij bent en waarom je dit initiatief belangrijk vindt. Gebruik je eigen woorden en beelden. Er is geen trucje. Het is gewoon een manier om jouw enthousiasme over te brengen aan anderen.

Spreekuur

- elke 1^e dinsdag van de maand
- <https://www.cultuurconcreet.nl/agenda>



Tot slot | Jouw mening telt!

We zijn benieuwd wat je van de sessie vond. Zo kunnen we leren en betere bijeenkomsten voor jou organiseren.

<https://nl.surveymonkey.com/r/rabo>

