

5 manieren om je boodschap beter over te brengen

marijke van veldhoven



belangrijke boodschap

Je hebt een belangrijke boodschap om over te brengen. Dit moeten ze weten! Je klanten, de directie, je collega's of de mensheid in het algemeen. Jouw informatie kan de winst/de bedrijfsvoering/hun leven veranderen!

Maar hoe maak je ze dat duidelijk?
Dit e-book helpt je daarbij.

Er zijn verschillende aanpakken mogelijk. Het hangt ervan af wie en wat je wilt bereiken. Er zijn veel verschillende kanalen die je kunt inzetten. Wil je je expertise sterker neerzetten op je site? Of meer aandacht voor je Tweets? Wil je iets met een simpel filmpje uitleggen omdat de klantenservice veel tijd kwijt is met steeds dezelfde vraag beantwoorden? Of wil je zorgen dat mensen je blogs leuker vinden om te delen?

Ik geef je 5 manieren om een boodschap goed over te brengen.



1

gebruik beelden in plaats van woorden

Iedereen presenteert zichzelf. Met een handdruk, een visitekaartje, een (hopelijk) leuke pitch of een website.

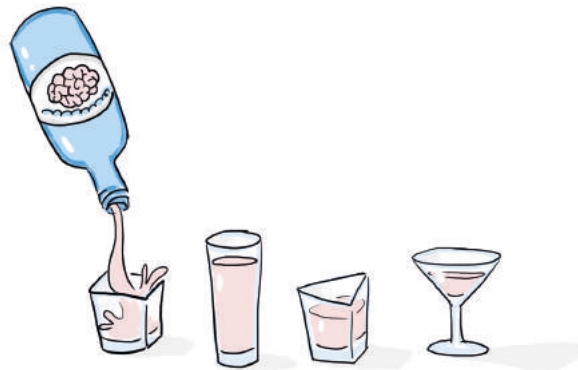
Voor sommige bedrijven betekent dit vaak dezelfde presentatie geven. Om een pitch te winnen. Om zichzelf voor te stellen. En om te vertellen waarom ze bijzonder zijn. Er hangt dan veel van de presentatie af. Een goede reden om daarin te investeren. Maar niet alleen op de inhoud.



Passie voor telecom
en klantinteractie

Beelden werken beter dan woorden in een presentatie. Ze spreken ook je andere hersenhelft aan en zorgen dat de inhoud beter onthouden wordt. Wanneer het plaatje weer eens gezien wordt, wordt gemakkelijker het bijbehorende verhaal herinnerd.

Illustraties voor ExperiCom, experts in telecom



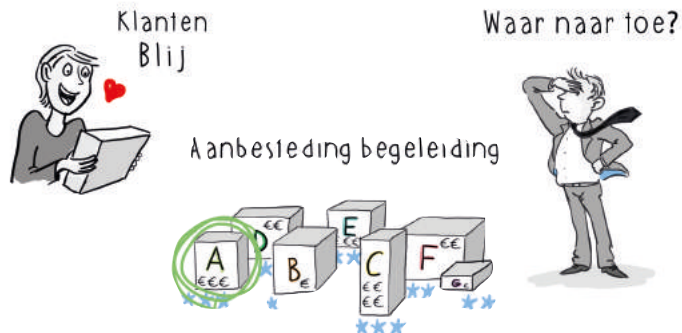
Vloeibare intelligentie



voorbeeld

Een communicatiebureau hielp **ExperiCom**, experts in telecom, om zich op een nieuwe manier te presenteren bij hun potentiële klanten (bedrijven). Dat deden ze namelijk met heel veel tekst in hun Powerpoint.

De problemen die ze kunnen oplossen, welke oplossingen ze bieden, hun kernwaarden. Niet uit te drukken in bestaande plaatjes. Bovendien allemaal erg abstract. Foto's dekten de lading niet en wat over bleef was ontzettend veel tekst om uit te leggen wat ze allemaal konden.



Denk in zo'n geval aan illustraties. Door middel van een tekening kunnen heel gemakkelijk abstracte producten omgezet worden in heldere en duidelijke beelden.

tip

Twijfel je of dat wel kan bij jou of je klant? Natuurlijk kan dat! Alles is te tekenen. Zorg voor een illustrator wiens stijl goed past bij het bedrijf. En zoek natuurlijk iemand die deze vaardigheid goed beheerst. De ene illustrator is goed in redactioneel werk, de ander juist in vertalen van een idee of het kraken van een kritische noot. En daar zit nog van alles tussen.

Illustraties voor **ExperiCom**, experts in telecom



gebruik video

2

Sommige boodschappen zijn in woorden, zelfs met tekeningen erbij, lang. En zoveel geduld hebben mensen niet vaak. Vijf minuten lezen? De gebruiksaanwijzing doornemen? Staat het antwoord ergens tussen alle teksten op de site? Laat maar!

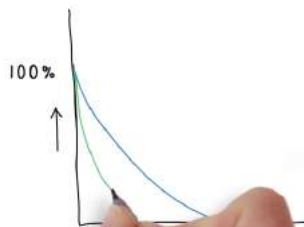
Met een filmpje zou je het heel kort kunnen laten zien en uitleggen. Niet te lang natuurlijk. Zelfs bij video verdwijnt de aandacht meestal na 1,5 minuut. In die tijd kun je echter prachtig uitleggen wat de kern is van je product / bedrijf / visie / ontdekking / waarden. Ga vooral niet voor volledigheid maar breng het hart van je boodschap over.



YouTube is een sterke speler met ongeveer 1,5 miljard gebruikers die gemiddeld 60 minuten video per dag kijken. Het staat er niet voor niets vol met unboxing, filmpjes waarin producten met elkaar worden vergeleken maar ook 'hoe doe je dat?' Het is gewoonweg lekker makkelijk als iemand je even laat zien hoe het zit.

Bovendien waardeert Google alle videos op je site door je hoger te ranken! Ook heel prettig voor je CEO.

VERZUIMCURVE

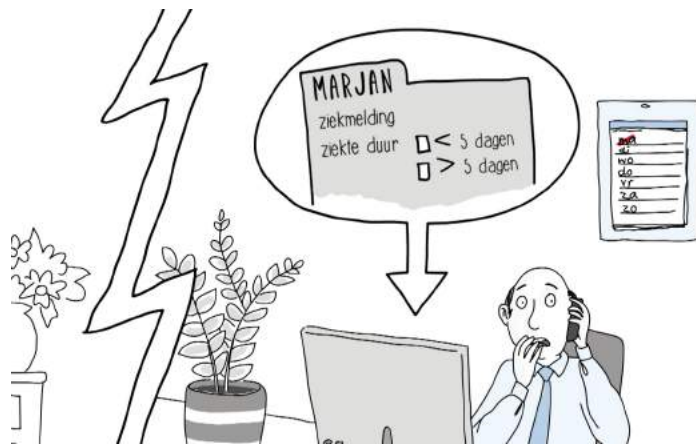




voorbeeld

Een video scribe, of whiteboard animation, is een sterk product onder de videofilms omdat je in een tekening meer kunt laten zien dan in drie shots. Uitleg, effect en emotie kunnen prima in één tekening zitten.

Je kunt het hebben over abstracte termen, over microbiologie, een customer journey, problemen in de bedrijfsvoering. Wat je ook verzint, een goede tekenaar kan het verbeelden. En vooral: op een vereenvoudigde manier waardoor je helder kunt communiceren. Ondanks moeilijke content of ingewikkelde termen. Meer mensen snappen je verhaal dan je ooit had durven denken! Samen met een voice-over werken tekst, beeld en animatie perfect samen.





belangrijk in je overweging

Het begint met de content. Wat wil je precies vertellen en voor wie is het bedoeld? Wil je niet teveel vertellen? En wat wil je ermee bereiken? Een goede scriptschrijver snapt niet alleen dat hij antwoord nodig heeft op al die vragen. Hij weet het ook om te zetten in een script dat samen met het beeld straks van het scherm knalt. Woord en beeld moeten elkaar versterken.

Een video scribe is niet voor alles geschikt. Het is een luchtige stijl met humor die bij je boodschap en/of je doelgroep moet passen. Is het vooral belangrijk dat de gegevens inzichtelijk worden gemaakt? Alles op een rij, in orde van belangrijkheid, goed om cijfers terug te zoeken? Denk dan aan bijvoorbeeld aan een interactieve infographic.



het script draagt de animatie

Voor een verhaal met inhoud en emotie. Voor uitleg. Om mensen mee te krijgen in je nieuwe visie. Voor het verlevendigen van een presentatie en voor het verwerken van heel veel gegevens tot iets wat eenvoudig te behappen is (bijvoorbeeld een jaarverslag) kan een video scribe goed werken. Met humor en cartoons worden de high lights eruit gehaald en in een mooi verhaal gegoten.



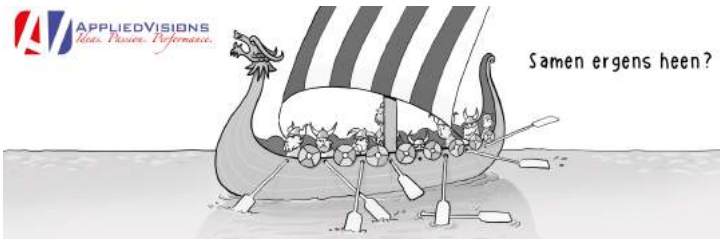
gebruik passende beelden

3

Beelden zijn heel krachtig in het naar buiten brengen van een boodschap, en daarom komt het heel precies. Je wilt een beeld dat exact past bij jouw boodschap en bedrijf. Niet een plaatje wat er 'in de buurt komt'.

Een beginnend bedrijf heeft misschien nog niet het budget voor iets anders dan gratis plaatjes. Maar als je al wat verder bent en je wilt serieuzer genomen worden, dan doe je er verstandig aan om hierin te investeren.

Te vaak worden de 'plaatjes' er op het laatst nog even bij gezocht. Er wordt te weinig belang gehecht aan wat er te zien is. Terwijl op een site de plaatjes mee bepalen hoe een bedrijf over komt. Hoe ze communiceren bepaalt mee welke kant je een bezoeker op stuurt en hoe ze over je denken.



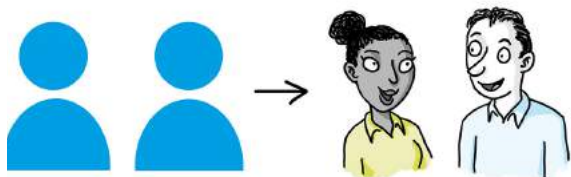
Illustraties voor Expericom, experts in telecom



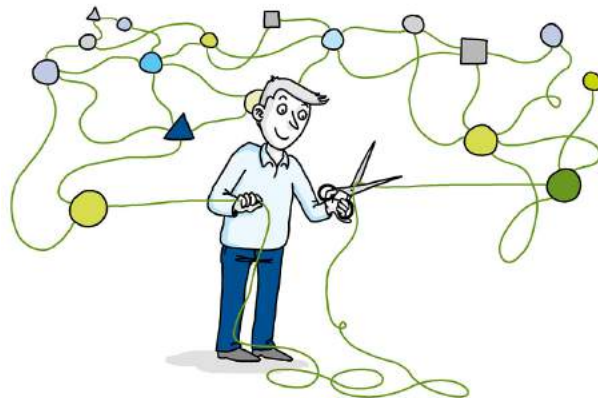
voorbeeld

Dit voorbeeld komt van de gemeente Ermelo. Zij waren bezig met een nieuwe visie en zochten beelden daarbij om de communicatie te bevorderen.

Hiernaast twee illustraties die gingen om de mensen áchter de cijfers en korte lijntjes.



Op verschillende manieren liet ik – in de huisstijl kleuren – zien dat het gaat om de mensen. De abstracte vormen met de lijntjes ertussen kwamen ook op andere plaatsen terug zodat het een begrijpelijke beeldtaal werd.





gebruik humor

4

Lachen geeft lucht. Tijdens een presentatie waarin altijd een hoop informatie wordt gegeven. Het neemt spanning weg. Bij een moeilijk onderwerp dat een beetje lichter wordt als je er even om kan lachen. Het relativeert. Wie houdt er niet van lachen?

Van alle tips hoef ik het waarom van deze het minst uit te leggen.

Als stand-up cartoonist wordt ik het meest gevraagd om een beeldverslag te maken. Ik ben erbij met mijn papier en stiften (ouderwets maar wel mobiel) of met mijn digitale tekentablet. Ik leg vast waar het over gaat bij het gesprek / de vergadering / de conferentie. Het zijn beelden die aanzetten tot gesprek of waar je gewoon even om kunt lachen.



Achteraf kun je de cartoons gebruiken in de verslaglegging, in je tweets en op je koffiemok. Cartoons communiceren vaak sterker dan een foto van die dag omdat ze gaan over de kern van het verhaal of het onderwerp.



belangrijk in je overweging

Sommige cartoonisten zijn sterk in het beeldend notuleren. Dan speelt volledigheid een rol. Er wordt meer tekst gebruikt en de tekeningen zijn schematischer. Andere cartoonisten zijn goed in losse cartoons maken. Het tekenwerk speelt hier een grotere rol. De cartoons zijn los te gebruiken.

De tekenstijl moet je aanspreken alsook het tarief: het gemiddelde ligt rond de 1000 euro voor een dag maar het kan ook het dubbele zijn.

Maak duidelijke afspraken wat je krijgt voor de prijs. Krijg je de cartoons digitaal aangeleverd? Waarvoor mag je ze gebruiken? Krijgt de tekenaar gevoelige informatie te horen; weet deze daar vertrouwelijk mee om te gaan?



voorbeeld

The Brown Paper Company Zij wilden opvallen naast twee andere bedrijven die op de betreffende dag ook een training gaven bij een grote klant. Ze wilden iets speciaals. Van de cartoons die op die dag werden gemaakt, wilden ze er bijvoorbeeld een inlijsten en die aanbieden aan de klant. De cartoons die af waren, hingen op de muur.

Ze werden ontzettend vaak even gefotografeerd met een mobiel en op Facebook / Twitter / Instagram gezet. Meteen mooie reclame! (voor The Brown Paper Company én voor mij).

HOE LEER JE FIETSEN?



LEREN DOOR DOEN



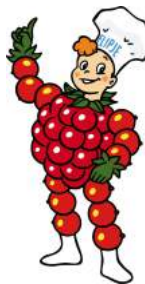
5

geef je bedrijf smoel

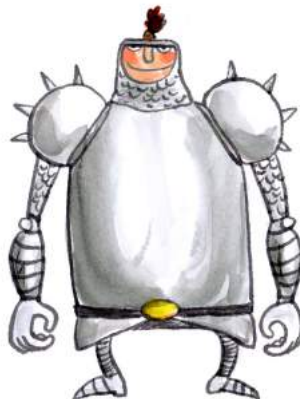
Herkenbaarheid is een groot goed voor een bedrijf. Welke directeur zou NIET blij zijn dat alleen een vormpje al genoeg is om aan zijn merk te denken (de swish van Nike bijvoorbeeld)! Met je huisstijl kun je veel uitdragen: of je zakelijk bent of juist familiair. Of je voor de fun bent of voor serieuze zaken. Of je goedkope producten hebt of juist hele dure.



Soms wil je meer. Zoals Walibi zijn kangoeroe gebruikt in de communicatie en het wereldberoemde **Michelin-mannetje** dat uit banden bestaat. Het oranje persoonje dat je altijd ziet als het gaat om plastic recyclen of de voetballende vos Phoxy voor de jongste PSV-ers. Een mascotte!



Een van de jongste mascottes is **Flipje** voor Betuwe jam. Oorspronkelijk bedacht in opdracht van de fabriek, die een mascotte nodig had om zich te onderscheiden. Dat kun je met een goede mascotte!



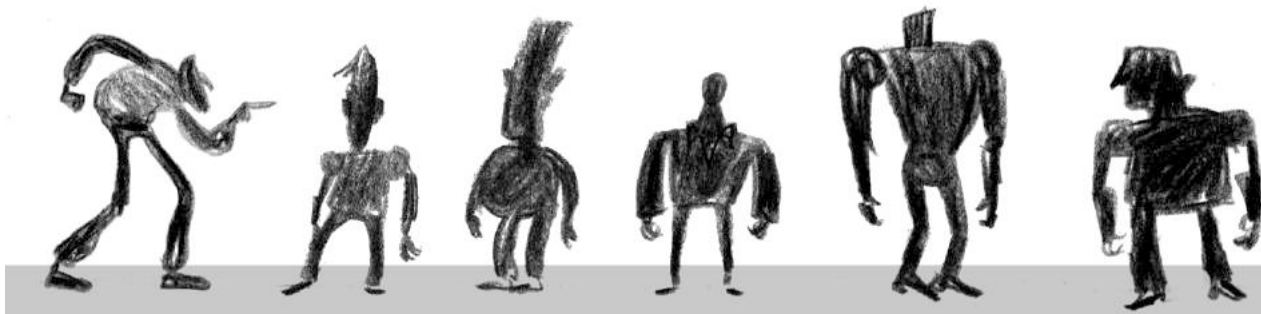


belangrijk in je overweging

Denk goed na over de doelgroep en wat je wilt bereiken. Zijn het vooral mannen? Vrouwen? Kinderen? Hoe oud? Voor welke doeleinden wil je het karakter inzetten? Voor een animatie ontwerp je heel anders dan voor een plaatje. Wil je de uitwerking heel strak of losjes? Wat past er bij de huisstijl?

tip

Hoe kun je er gemakkelijk achter komen of een ontwerper verstand heeft van karakters ontwerpen? Kijk of hij rekening houdt met het silhouet van zijn schetsen (jazeker, bij de schetsfase al). Alle sterke karakters hebben een goed en herkenbaar silhouet. Van Mickey Mouse tot de Simpsons. Van Pixar tot Blue Sky productions. Van Flipje tot Bibendum (de officiële naam van het Michelinmannetje)





voorbeeld

De **Bibliotheek 's-Hertogenbosch** zocht naar een beeldmerk voor de Schoolbieb. Samen met de klant praat ik eerst over het **Waarom, Hoe en Wat** van de opdracht. Met deze mascotte wilden ze de communicatie voor de doelgroep 0 – 13 jarigen opbouwen.

De bieb wilde hun product en dienst met een uniek karakter communiceren. Natuurlijk moet het ontworpen worden voor de juiste doelgroep en moesten ze er in de



toekomst alle kanten mee op kunnen. Van flyers tot animatie en poppen.

We kwamen uit op een bestaand dier, doelgroep kinderen met de nadruk op jongens (meisjes lezen vaker uit zichzelf). En na enkele voorzetten van dieren, werd de kikker eruit gekozen omdat deze goed past bij de stad.





ook iets te vertellen?

Als je jouw boodschap belangrijk vindt, help ik je graag met de communicatie. Met illustraties? Met een animatie? Dat hangt af van wat je wilt vertellen. En aan wie.

Daar kunnen we samen over praten. Neem vooral een keer contact op voor een afspraak of wat meer informatie.



message
in a
drawing
Illustration, visual storytelling & more

marijke
van veldhoven

video scriber / illustrator
veemarktkade 8

5222AE 's-hertogenbosch

06 24 86 87 88

marijke@messageinadrawing.com



wat anderen over mij zeggen

character Design

“ Siep is inmiddels een begrip voor alle lagere school leerlingen in 's-Hertogenbosch. En Siep is in z'n communicatie altijd positief en vrolijk, net als Marijke!

Marijke zit vol goede ideeën en kan als geen ander de communicatie concepten die ik bedenk omzetten in beelden. En het belangrijkste is misschien wel dat samenwerken met haar altijd een feestje is.



Martin Hol
Manager Marketing
& Beleidsontwikkeling Bibliotheek
's-Hertogenbosch

illustraties website

“ Voor mijn website had ik aansprekende plaatjes nodig naast alle tekst. Het zag er te saai uit. Ik moest iets hebben dat precies was wat ik wilde. Een plaatje waarmee meteen duidelijk is wat er bedoeld wordt. Specifiek voor mijn diensten en ook nog duidelijk aangeeft waar ik voor sta. Het is wel heel toevallig als je dat (rechtenvrij) tegenkomt op internet.



Mr. Chiarangela van Lieshout
Italië expert en eigenaar van Parole Chiare
www.zakendoenmetitalie.nl



wat anderen over mij zeggen

stand-up cartoonen

“ Ik heb de samenwerking met jou als heel prettig ervaren. je was flexibel en dacht actief mee, dat was heel fijn. Ook op korte termijn met een spoedklus (de wijnetiketten) stond je klaar!

Op de avond zelf vielen je cartoons erg in de smaak, bij de presentatie werd veel gelachen en het droeg bij aan een goede sfeer. De cartoons zijn grappig en ze slaan de spijker op z'n kop!”



Lindy van der Veen MA MSc
Consultant
Berenschot

keep it simple

“ Marijke is een hele prettige persoon om mee samen te werken. Gedreven, (uiteraard) creatief, denkt altijd mee in oplossingen en houdt de materie simpel. Hierdoor maakt Marijke het mogelijk je boodschap op een heldere manier over te brengen. Haar enthousiasme werkt aanstekelijk en haar professionaliteit geeft vertrouwen.

Heerlijk. Ik ben FAN!



Marieke Melten
Scriptschrijver en Regisseur
Partner in Marketing



over marijke

Voor mij is het gemakkelijker om in beelden te praten dan met woorden. “Maar dit is natuurlijk niet te tekenen” zeggen klanten soms. Dan heb ik mijn potlood al vast om te laten zien op hoeveel manieren het wél kan.

Veel diensten zijn abstract. Als het je vak niet is om met beeld bezig te zijn, lijkt het onmogelijk om er iets voor te tekenen. Voorbeeld: een farmaceut wilde een goede presentatie over wat er waarom ging veranderen op een afdeling. Ze hadden de boodschap helder en duidelijk maar de presentatie bestond uit dia's die vooral vol stonden met tekst. Heel veel tekst.

Samen bedachten we een verhaal gezien vanuit de werknemers. Het verhaal werd niet opgeschreven maar alleen verteld en in de presentatie zag je bijna alleen maar tekeningen. We zorgden ervoor dat ze zich gewaardeerd voelden voordat we begonnen over wat er moest veranderen. De tekeningen brachten de nodige

humor bij de boodschap en de weerstand tegen de veranderingen werd enorm verminderd.



Samen met de klant de boodschap duidelijk maken.
Daar krijg ik energie van!



veemarktkade 8
5222 ae 's-hertogenbosch
(06) 24 86 87 88

www.messageinadrawing.com
marijke@messageinadrawing.com

Tot ziens!

