

Een goede voorbereiding voor de beste foto's

Bent u verantwoordelijk voor de beeldvorming van uw organisatie? En wilt u foto's laten maken voor bijvoorbeeld uw website, brochure of reclamecampagne? Dan is het belangrijk dat u alles uit de fotoshoot haalt. En de bedrijfsfotoshoot goed voorbereid. Dit leidt tot een efficiënte shoot. Dit zorgt ervoor dat u, samen met de fotograaf, de foto's precies laat passen bij wat de mensen binnen uw bedrijf nodig hebben.

Verwachtingspatroon is heel belangrijk

Wat zijn uw wensen en verwachtingen. En wat kunnen wij bieden. Daar moeten we vooraf goed over praten om evt. teleurstellingen te voorkomen.

Geef duidelijk aan wat het doel van de foto's is en waarvoor u ze wilt gebruiken.

Als u dat niet doet, is de kans groot dat u standaard bedrijfsfoto's ontvangt, ook al zijn die van goede kwaliteit. Dit is hét moment om foto's te laten maken die uw organisatie op een unieke manier laten zien. De volgende kans komt misschien pas over een paar jaar.



Een fotograaf kan pas echt goed werk leveren als hij weet wat u wilt bereiken. Dat geldt voor mij, maar ook voor andere fotografen. Hoe meer informatie u geeft, hoe beter de fotograaf zich kan voorbereiden. Maak daarom van tevoren duidelijk wat het doel van de foto's is. Wilt u bijvoorbeeld de bekendheid van uw merk vergroten, nieuwe klanten aantrekken of juist personeel werven? Met deze informatie kan de fotograaf creatief aan de slag en foto's maken die niet alleen mooi zijn, maar ook echt iets toevoegen.

Denk na over de stijl

Voordat de fotoshoot begint, is het belangrijk om na te denken over wat u met de foto's wilt bereiken. Wat moeten ze laten zien? Welke uitstraling wilt u dat ze hebben? Dit heeft te maken met de visuele stijl die u in gedachten heeft. Maar hoe maakt u duidelijk wat voor stijl en gevoel u zoekt?

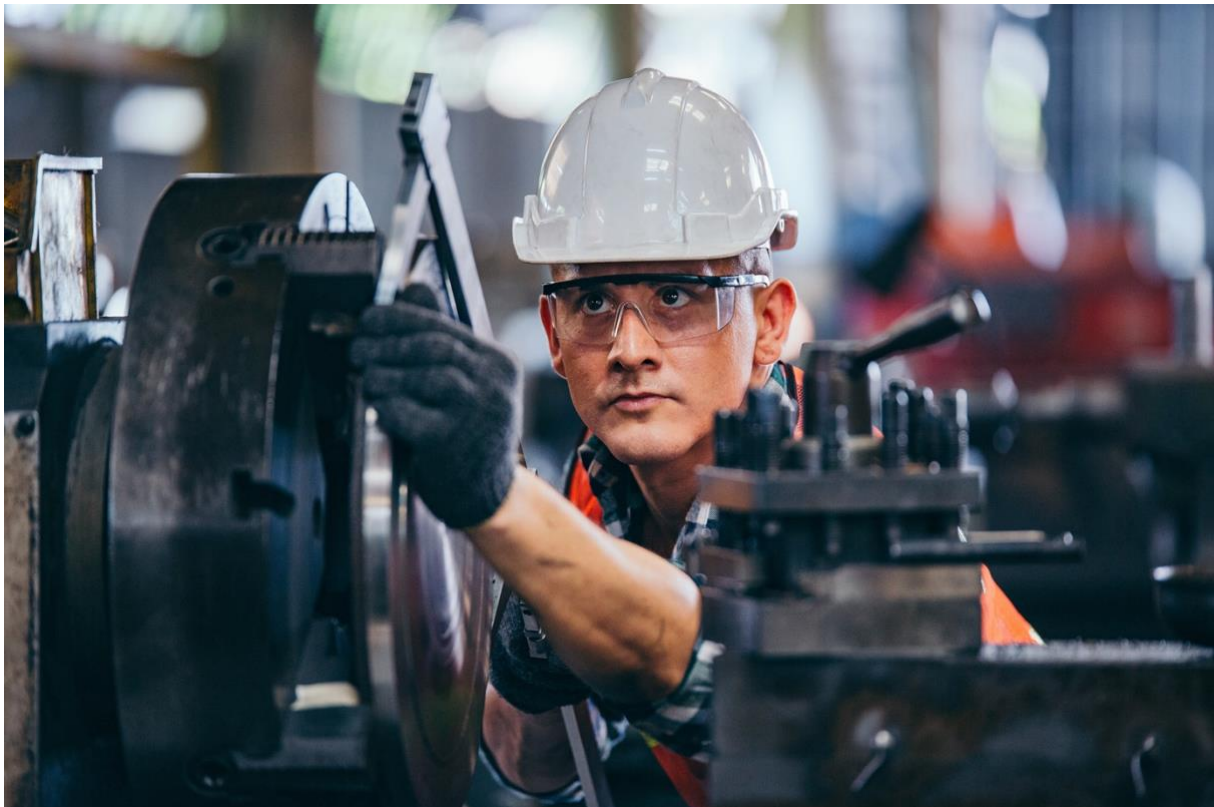
Wees duidelijk over wat u wel én niet wilt. Smaken verschillen, en beeldmateriaal is vaak een kwestie van persoonlijke voorkeur. Het is daarom handig om niet alleen te vertellen wat u mooi vindt, maar ook wat u juist niet wilt zien. Dit helpt de fotograaf om misverstanden te voorkomen en beter in te spelen op uw wensen.

Maak een Moodboard

Dit geeft inzicht in uw persoonlijke smaken en wensen. En welke foto's het beste bij uw bedrijf passen. Hou ook rekening met een evt. huisstijl (kleuren, formaten, uitstraling etc.)

Kernwaarden, visie en huisstijl

Foto's die deze onderwerpen zichtbaar maken, hebben een grote meerwaarde voor uw communicatie uitingen. Zo komt uw bedrijf nóg herkenbaarder en professioneler over. Geef de fotograaf dus in een paar zinnen uw kernwaarden en visie. Waar staat u voor als bedrijf?



Onderscheid uzelf

Wilt u opvallen in vergelijking met uw concurrenten? Laat dan zien wat zij doen. Ik denk

graag met u mee hoe we uw organisatie op een unieke manier in beeld kunnen brengen. Samen zorgen we voor foto's die eruit springen.

Maak een lijst als richtlijn

Het is niet nodig om een extreem gedetailleerde lijst te maken. De lijst is bedoeld als richtlijn om de fotograaf een duidelijke richting te geven. Terwijl hij de creatieve vrijheid behoudt.

Voorbeeldlijst voor de restyling van een website.

Het gaat hierbij om een bedrijf dat gespecialiseerd is in het maken van metalen pijpen. Zo'n lijst helpt om gericht te werken en niets over het hoofd te zien.

- Foto's van de productiemachines
- Foto van het product van begin tot eind
- De buitenkant van het gebouw
- Foto's (indien mogelijk) vanaf hogere punten naar beneden op de faciliteit
- Foto's van diverse opgeslagen pijpen
- Foto's van het magazijn

- Medewerkers rondom de productiemachines (natuurlijke en geposeerde foto's)
- Personeel aan het werk met de producten
- Mensen aan het werk op kantoor
- Close-ups van producten
- Foto's van items nadat ze zijn gesneden/vermalen
- Foto's van producten die na gebruik worden vastgehouden
- Individuele portretten van de medewerkers (20 personen)
- Foto's voor vacatures
- Foto's van toepassingen door klanten
- Foto's met duurzaamheid, veiligheid etc.

Bepaal de fotogenieke plekken in uw bedrijf

Naast een lijst van gewenste foto's, is het slim om een overzicht te maken van locaties binnen en buiten uw bedrijf die u wilt laten fotograferen. Dit helpt om een helder beeld te schetsen van wat u met de foto's wilt uitstralen.

Zorg dat de werkomgeving opgeruimd is voordat de fotograaf arriveert. Opruimen tijdens de shoot kost tijd en leidt af. De foto's moeten een representatief beeld geven van uw bedrijf en aansluiten bij de waarden, missie en marketingstrategie.

Is de shoot buiten hou dan rekening met het weer

Een blauwe lucht op een foto is aanmerkelijk mooier dan een grijze nietszeggende lucht. Als er buiten gefotografeerd moet worden, is het dus verstandig om meerdere data als optie in te plannen.

Zorg dat uw collega's goed zijn voorbereid

Informeer uw personeel op tijd

Om een fotosessie soepel te laten verlopen, is het belangrijk om uw collega's goed op de hoogte te brengen. Laat hen minimaal een week van tevoren weten wanneer de fotosessie plaatsvindt. Vertel ook waarom de foto's worden gemaakt en waarvoor ze worden gebruikt. Zo begrijpen ze het doel en zijn ze eerder bereid mee te werken.



Kledingadvies:

Kies een passende dresscode. Is uw bedrijf informeel? Dan kunt u voor een casual uitstraling kiezen. Heeft u specifieke kledingwensen, zoals wel of geen stropdas? Geef dit duidelijk aan. Zo voorkomt u onzekerheid bij uw medewerkers.

Houd rekening met de volgende adviezen:

- **Vermijd wit:** Helemaal witte outfits kunnen storend zijn op foto's. Een wit overhemd onder een donker colbert is wel geschikt.

- **Let op patronen en kleuren:** Vermijd drukke prints, zoals zwart-wit blokken of Hawai-shirts, en schreeuwerige kleuren.
- **Geen teksten op kleding:** Dit leidt af en kan onprofessioneel overkomen.
- **Blijf uzelf:** Draag kleding waarin u zich prettig voelt, maar zorg dat het past bij het imago van uw organisatie.

Respecteer persoonlijke voorkeuren

Niet iedereen wil op de foto. Vraag daarom vooraf wie bereid is deel te nemen en vraag expliciete toestemming om de foto's voor marketing- en promotiemateriaal te gebruiken. Heeft iemand twijfels? Neem de tijd om uit te leggen wat u met de foto's wilt bereiken en waarom ze belangrijk zijn. Zo voelt iedereen zich meer op zijn gemak, wat uiteindelijk leidt tot betere resultaten.

Tijdschema maken bij portretfoto's

Maak een tijdschema als er portretten van uw medewerk(st)ers moeten worden gemaakt. Plan voor iedere sessie 10 minuten in. Laat mensen een paar minuten vooraf aanwezig zijn.

Voorbeeld email aan collega's

Onderwerp: Fotograaf komt jullie en ons bedrijf fotograferen

Hoi allen,

Maandag 13 mei is de fotograaf op kantoor aanwezig om jullie op de gevoelige plaat vast te leggen!

Ik heb op basis van jullie verzoeken een schema gemaakt. Houd er rekening mee dat u 5 minuten van tevoren aanwezig bent en gemiddeld 10 minuten kwijt bent voor de foto. Kun u toch niet op de aangegeven tijd? Probeer dan eerst onderling te ruilen.

Nog even wat tips op een rijtje:

- Vermijd witte kleding. Een wit overhemd met een colbert kan echter wél. Vermijd kleding met schreeuwende kleuren en contrastrijke patronen. Het Hawaii shirt is het duidelijkste voorbeeld hiervan.
- Geen teksten op de kleding.
- Bent u gewend om make-up te dragen, doe dit dan ook voor deze dag.