**Samenvatting Presenteren en Styling**

|  |  |
| --- | --- |
| **HOOFDSTUK 1 Presenteren** | **SAMENVATTING** |

Communiceren = informatie uitwisselen.

Verbaal communiceren = door met elkaar te praten

Non-verbaal communiceren = zonder woorden, bijvoorbeeld een gebaar of gezichtsuitdrukking.

Huisstijl; het logo, het lettertype en de kleuren waarmee een bedrijf communiceert.

Logo = vast beeldmerk dat een bedrijf gebruikt.

Media = de verschillende middelen waarmee je kunt communiceren.

Media voor bedrijven:

* eigen website
* social media, bijvoorbeeld Facebook, Instagram, blogs en vlogs
* reclame op tv, radio en online advertenties zoals banners en pop-ups
* traditionele reclame op tv, radio, en reclamefolders. Advertenties in tijdschriften, kranten en supermarktbladen
* verborgen reclame zoals een gesponsord artikel beschreven in een artikel of besproken in een blog of vlog

Reclame is een onpersoonlijke manier van communiceren omdat de ontvanger niet direct kan antwoorden. (eenrichtingsverkeer)

De doelgroep = de groep klanten die het bedrijf in gedachten heeft bij het samenstellen van het assortiment of diensten.

Het imago = het beeld dat de buitenwereld van een bedrijf heeft.

|  |  |
| --- | --- |
| **HOOFDSTUK 2 COMPOSITIE** | **SAMENVATTING** |

Componeren = Rangschikken, in groepen onder brengen.

Compositie = Op een bewuste manier een aantal artikelen plaatsen. Het geldt voor artikelen in een etalage of presentatie maar ook een fotograaf, een opmaker van een website en bijvoorbeeld een bloemist passen composities bewust toe.

* Symmetrische compositie = de artikelen staan zo in het zicht, dat de ene helft gelijk is aan de andere.
voordeel: rust

nadeel: sneller saai

* A-symmetrische compositie = Het zwaartepunt ligt niet in het midden van de compositie, de linkerhelft is anders dan de rechterhelft.
Voordeel: speelser

nadeel: sneller onrustige indruk.

* Horizontale compositie = alle voorwerpen zijn in horizontale richting geplaatst.
voordeel: suggereert beweging
* Verticale compositie = alle voorwerpen zijn van boven naar beneden geplaatst.
voordeel: geschikt voor kleine producten, oogt chic en stijlvol.
* Diagonale compositie = vormen en elementen worden schuin in de ruimte geplaatst.
voordeel: levendig en snel

nadeel: blikgeleiding wordt niet naar één punt getrokken.

* Driehoeks compositie = de presentie is zo opgebouwd dat er een driehoek in te zien is.
* Centrale compositie = de artikelen zijn gegroepeerd in het midden
voordeel: aandacht wordt naar het centrale punt toe getrokken

nadeel: ruimte eromheen wordt niet benut.

|  |  |
| --- | --- |
| **HOOFDSTUK 3 PRESENTATIEVORMEN** | **SAMENVATTING** |

Etalage = driedimensionale ruimte voor de winkel waar klanten artikelen vanaf buiten kunnen bekijken.

Stopkracht = de kracht van de etalage om de voorbijganger te laten stoppen om de etalage te bekijken.

Zuigkracht = de kracht van de etalage om de klant nieuwsgierig genoeg te maken om de winkel binnen te komen.

Soorten etalages:

* Gesloten etalage; heeft een dichte achterzijde
* Halfopen etalage; achter de artikelpresentatie wel een vorm van een achterwand, maar waar men langs kan kijken zodat men toch de winkel kan inkijken.
* Open etalage; geen achterwand waardoor men de winkel in kan kijken
* (geen etalage)

Buitenpresentatie
voordeel: klanten worden sneller verleidt, nadeel diefstalgevoelig.
Ongeschikt voor duurdere segment. Vaak gebruikt door winkels in het laagsegment en tijdens sale-periode.

Display = een aantrekkelijke uitstalling van producten in de winkel.

Soorten displays:

* vrije display; een presentatie op een opvallende plek in de winkel, de klant kan er omheen lopen.
* wanddisplay; een kijkplek tegen de muur of wand, vaak m.b.v. een torso.
* frontale display; de artikelen zijn recht van voren getoond.

Vitrine = een afgesloten kijkkast van glas.
voordeel: straalt luxe uit, geschikt voor kostbare of breekbare artikelen. Nadeel: klant moet om hulp vragen, kan een drempel zijn om te doen.

|  |  |
| --- | --- |
| **Hoofdstuk 4 Etaleren** | **SAMENVATTING** |

Etaleren = het aantrekkelijk maken artikelen in de winkel en van de etalage.

Basismateriaal:

* opbouwblokken om op verschillende hoogtes te kunnen presenteren.
* standaards voor kleine artikelen of prijskaartjes
* verlichting, er zijn diverse soorten verlichting die sfeer geven of je blik speciaal naar een uitgelicht product trekken.
* Etalagefiguren = etalage poppen met armen, benen en hoofd
* Realistische figuren
* Abstracte figuren
* Bustes= de romp van een figuur op een standaard
* Torso= een romp met een aanzet van romp en benen

Decoratief etalagemateriaal: versterkt sfeer of thema van een etalage, moet duidelijk zijn voor de klant dat dit niet te koop is.

etalage kalender = een planning wanneer je welke etalage in het jaar maakt.

Etaleertechnieken:

* Ophangen
* Banier
* draperie= stof in geplooid neerleggen of ophangen
* aankleden van etalagepoppen
* zit de kleding netjes, vormt het met elkaar een eenheid
* geen labels en prijskaartjes aan de kleding zichtbaar
* zit de kleding trendy en in aantrekkelijke combinatie
* zijn er enkele accessoires toegevoegd

Herhaling van één type decoratie materiaal of vlak geeft rust.

Prijskaarten

* tekst evenwichtig verdeeld over kaart
* korte teksten
* de prijs groot afgebeeld
* de hele euro groter dan centen achter de komma
* geen euroteken

|  |  |
| --- | --- |
| **HOOFDSTUK 5 Verpakkingen** | **SAMENVATTING** |

Commerciële verpakkingsfunctie = door de verpakking ziet het product er aantrekkelijk uit om te kopen.

Technische verpakkingsfunctie = vergroot gemak op:

* Hygiëne
* Bescherming
* Cadeau
* Zelfbediening
* Vervoer
* Discretie (een ander ziet niet wat de klant gekocht heeft)

Blisterverpakking = plastic dichtgesmolten verpakking. Vaak toegepast bij kleine artikelen om op te kunnen hangen in een rekje.

Cellofaan = transparant dun plastic cadeaufolie

Vloeipapier = dun transparant papier, je kent het binnen papier in een schoenendoos, maar gekleurd of bedrukt ook extra luxe toevoeging bij andere artikelen.

|  |  |
| --- | --- |
| **HOOFDSTUK 6 HUISSTIJL** | **SAMENVATTING** |

Huisstijl = alle zichtbare onderdelen waarmee een bedrijf herkenbaar is voor de consument, zoals kleur, logo, naam, lettertype, reclame.

Typografie = het vormgeven van teksten

Letters: lettertype, lettergewicht (cursief, vet, bold) de grootte van de lettertype en de kleur. Sfeer van de letter: bijvoorbeeld zakelijk, stoer of speels.

Ruimte = wit tussen de teksten

Kader of marge = de witruimte aan de boven, zij en onderkant van de tekst.

Spatie = afstand tussen twee letters of twee woorden

Interlinie = afstand tussen twee zinnen

Full colour druk = alle kleuren worden gebruikt bij het drukken.
Goedkoper is zwart-wit afdrukken en/of met een of twee steunkleuren.

Logo = een beeldmerk wat direct herkenbaar is voor de consument

* logo met alleen letters
* Logo met een afgebeeld voorwerp waaraan je ziet wat het bedrijf doet
* Logo met een abstracte vorm

Layout of stramien = De compositie, de indeling op een pagina van tekst en afbeeldingen.

* De header
* De marges
* Aantal kolommen
* Kolombreedte
* Uitlijning; rechts of links uitgelijnd, gecentreerd of uitgevuld.

Papierformaten:

* A4 standaard briefformaat
* A3 twee keer zo groot als A4
* A2 twee keer zo groot als A3
* A5 een half A4

Goed promotiemateriaal zoals flyers, folders, stickers, posters en advertenties voldoet aan:

* De huisstijl, logo, kleuren en typografie komen terug
* Goed leesbare tekst
* Duidelijke en goed passende afbeeldingen
* Aantrekkelijke afwisseling tussen tekst en foto’s.

Kapitalen = hoofdletters
Onderkast = kleine letters

|  |  |
| --- | --- |
| **Hoofdstuk 7 Moderne presentatievormen** | **SAMENVATTING** |

Reclame = bekendheid geven aan je bedrijf d.m.v. bijvoorbeeld een commercial, folder, banner.

Script = een draaiboek met het hele verhaal van een reclame
Het script bevat

* Waar er gefilmd wordt
* Wie er gefilmd wordt
* De plek van de camera(‘s)
* Alle mensen die nodig zijn bij het maken

Het is per seconde uitgeschreven inclusief geluiden en voice-over.

Narrowcasting = een presentatie op een beeldscherm waarbij er meerdere dia’s na elkaar getoond worden. Je komt dit tegen in de bus, bij het zwembad en bijvoorbeeld in de supermarkt
Een website bestaat uit een hoofdpagina; een homepage of startpagina
Deze hoofdpagina is meestal opgebouwd uit:

* de header
* de body
* het menu
* de footer