



KEYNOTE, WORKSHOPS & TRAININGEN OVER BEELDCOMMUNICATIE

BEN VAN HAMERSVELD
BEELD- & GEDRAGSEXPERT



HOI, IK HEET BEN

Vanaf jongs af aan ben ik geïnteresseerd in **mensen**. En wat hen beweegt om iets wel of niet te doen. Toen ik leerde dat mensen helemaal niet zo rationeel handelen als ik dacht, was ik hooked. Sindsdien ben ik een veelvraat op het gebied van **gedrag van mensen** en hoe **beeld en design** daaraan bijdragen. Ik kijk altijd naar de toepassing van theorieën en inzichten die ik leer, zodat je er **betere beslissingen** mee kunt nemen.

Ik heb ruime ervaring met **spreeken in het openbaar** en het geven van keynotes, activerende workshops en trainingen. Met mijn **ervaring** als spreker, trainer en docent bij onderwijsinstellingen (oa. Hogeschool Leiden, Hogeschool voor de Kunsten en Universiteit Antwerpen) en bedrijven (oa. Behaviour Club, Gebruiker Centraal, Kortom België), weet ik groepen mensen te **boeien en inspireren**.

In deze brochure vind je informatie over presentaties, workshops en trainingen die aanbied over **beeldcommunicatie**. Kijk rustig eens rond. En weet: ik kan altijd iets **op maat maken**.

Vriendelijke groet,

Ben van Hamersveld MSc

IETS WAT ZICHTBAAR IS
IS NOG NIET LEESBAAR

IETS WAT LEESBAAR IS
HEEFT NOG GEEN AANDACHT

IETS WAT AANDACHT HEEFT
IS NOG NIET BEGRIJPELIJK

IETS WAT BEGRIJPELIJK IS
IS NOG NIET OVERTUIGEND

WAT IS BEELDGRAMMATICA?

Beeld neemt een centrale plaats in bij communicatie. En terecht: we verwerken het **razendsnel**, het pakt **veel aandacht** en het helpt om een boodschap te **duiden**. Maar les in hoe je beeld effectief inzet heeft lang niet iedereen gehad. Het ontbreekt communicatieprofessionals regelmatig aan grammatica voor beeld, om beeldkeuzes op te baseren die verder gaan dan smaak en intuïtie.

Ik probeer dat gat te vullen, door te voorzien in heldere richtlijnen voor de inzet van beeld en design. Die richtlijnen die noem ik **beeldgrammatica**. Ze zijn gecategoriseerd rondom vijf doelen van beeld en design: **zichtbaarheid**, **leesbaarheid**, **aandacht**, **begrijpelijkheid** en **beïnvloeding**. Door deze richtlijnen juist toe te passen, bereik je je doelen eerder.

.....

VOOR WIE?

Iedere communicatieprofessional krijgt te maken met **beeld en design**. Van foto op een website tot iconen in een infographic. En van beeldmateriaal voor een persuasieve campagne tot een illustratie bij een socialmediapost. Kennis van beeldgrammatica helpt om creatieven en designers **beter te brieven** en uitingen te **evalueren op effectiviteit**. En natuurlijk geeft het handvatten om zelf te **ontwerpen en creëren**. Beeldgrammatica juist toepassen is dan ook een skill waar je als communicatieprofessional **veel verschil** mee kunt maken.



Bekijk de mogelijkheden

MOGELIJKHEDEN

KEYNOTE/PRESENTATIE

Uitstekende introductie

In 30 tot 60 minuten neem ik je mee in de wondere wereld van beeldcommunicatie en beeldgrammatica. Het is een uitstekende introductie in het onderwerp. Je leert de basics, waar(voor) je het toepast en wat belangrijke do's & don'ts zijn. En natuurlijk komen er veel aansprekende voorbeelden langs.

.....

WORKSHOP

Praktische verdieping

In een dagdeel duik je dieper in een bepaald onderwerp. Je leert belangrijke fundamenteën en gaat aan de slag met activerende opdrachten. Bovendien vertaal je de inzichten naar je eigen casus. Aan het einde van de workshop ga je met een hoofd vol ideeën en inzichten naar huis, waar je direct mee aan de slag kan.

.....

TRAINING

Het complete verhaal

Tijdens meerdere bijeenkomsten ga je aan de slag met beeldcommunicatie en beeldgrammatica. We staan uitgebreid stil bij de richtlijnen voor beeld en design en je leert ze effectief vertalen naar de praktijk en je eigen casus. Dit is de meest rijke en volledige optie waarin alle essentiële onderdelen aan bod komen.

.....



DEEP DIVES

NAAST EEN ALGEMENE INTRODUCTIE,
KAN IK OOK DIEPER INGAAN OP
BEPAALE ONDERWERPEN

Verken de
onderwerpen



Deep dive 1

BEELD & DESIGN: VAN ATTENTIE NAAR BEWEGING

Als je boodschap aandachtsconcurrentie heeft en je mensen in beweging wilt brengen

Aandacht is een voorwaarde om effectief te communiceren. Maar hoe pak je aandacht met beeld, zodat je beelden **stopping power** hebben? En hoe krijg je mensen vervolgens in **beweging**, zodat ze ook iets (anders) gaan doen en kiezen?

Inzichten uit deze deep dive zijn uitstekend toe te passen bij het ontwerpen, evalueren en creëren van **persuasieve content** en **campagnes**. Het helpt om de doelgroep te **bereiken**, **verleiden** en **beïnvloeden**. Je leert aandacht trekken met beeld, gedragstechnieken activeren en slim ontwerpen, zodat gebruikers bepaalde keuze-opties vaker kiezen. Zo optimaliseer je het **bereik én effect** van je uitingen.

.....

JE MAAKT KENNIS MET:

- **Stopping power**: hoe je aandacht pakt met beeld
- Afwisseling en nieuwsgierigheid creëren om **aandacht vast te houden**
- Hoe mensen **keuzes maken**
- **Gedragstechnieken** activeren met beeld
- **Keuze-architectuur**: keuzes sturen met design
- Boeiende **cases** en sprekende **voorbeelden**

Deep dive 2

BEGRIJPelijke BEELDTAAL: DUMP DIE OPLEUKBEELDEN

Essentieel als je communiceert met inwoners, anderstaligen of laaggeletterden

Het lijkt makkelijk om **duidelijke beeldtaal** te ontwerpen. Maar toch zijn veel instructies, handleidingen, bordjes, websitepagina's, folders en infographics **erg onduidelijk**. Met alle gevolgen van dien. Hoe zorg je voor duidelijke iconen, illustraties en foto's die je boodschap verhelderen in plaats van verwarren? En welke rol speelt **design** daarbij?

Inzichten uit deze deep dive zijn uitstekend toe te passen bij het **ontwerpen en creëren** van communicatiemiddelen die een boodschap duidelijk moeten overbrengen. Het helpt om helder te informeren over **gewenst gedrag**, (nieuw) **beleid** of **regels en richtlijnen**. Zo zorg je dat een ontvanger zo min mogelijk moeite hoeft te doen om de boodschap te begrijpen, waardoor je verwarring en fouten voorkomt.

JE MAAKT KENNIS MET:

- Leesbaarheid vergroten door informatie te **snoeien**
- **Hiërarchie** aanbrengen, zodat duidelijk is wat het belangrijkste is
- Categoriseren van informatie met behulp van **perceptiewetten**
- Hoe je **betekenis** geeft aan beeld; simpel en complex
- Tips voor begrijpelijk communiceren met **iconen, illustraties en foto's**
- Boeiende **cases** en sprekende **voorbeelden**

WAT ANDEREN OVER MIJ ZEGGEN

Bekijk hun meningen



WAT ANDEREN OVER MIJ ZEGGEN



"Ben combineert het beste van twee werelden: inhoudelijke expertise en didactische kracht. Als ijzersterke deskundige weet hij zijn kennis niet alleen overtuigend, maar ook helder en met veel humor over te brengen."

Jady Petovic, directeur The New School Amsterdam



"Ben is een deskundige verteller en docent, die zijn kennis met humor deelt. Een enthousiaste vakman die je aandacht goed vasthoudt. Aanrader!"

Enid Reichrath, trainer, spreker en onderzoeker Taal voor Allemaal



"Ben heeft een unieke gave om complexe concepten helder en toegankelijk te maken. Met een enthousiaste aanpak en inzichten die altijd goed onderbouwd zijn, verbindt hij theorie en praktijk op een manier die direct toepasbaar is."

Lotte Willemsen, Prof. in Applied Sciences Rotterdam University of Applied Sciences



"Mijn indruk van Ben in 5 woorden: kundig, enthousiast, betrouwbaar, toegankelijk en gezellig. Als spreker is hij top!"

Margreet van Druten, freelance projectleider en communicatieadviseur Gebruiker Centraal.

MEER WETEN?

WWW.BENVANHAMERSVELD.NL

VRAGEN OF EEN AANVRAAG?

STUUR ME VRIJBLIJVEND EEN MAILTJE:

HALLO@BENVANHAMERSVELD.NL

