



Lesbrief: Krachtig communiceren met advertenties

Thema: Vakkundig communiceren



Krachtig communiceren met advertenties

Inleiding

Advertenties, je komt ze overal tegen: in kranten, tijdschriften, gidsen, op straat en natuurlijk op internet. Met opvallende teksten, plaatjes en kleuren proberen producenten en winkels jou over te halen hun artikelen te kopen. Hoe doen zij dat precies? En wat staat er nu precies in zo'n advertentie?

In deze lesbrief ga je onderzoeken wat er zoal in een advertentie staat en hoe deze is opgebouwd. Vervolgens maak je zelf twee passende advertenties voor een opdrachtgever bij jou uit de buurt. Eén advertentie komt in een landelijk dagblad, de andere advertentie is bedoeld voor een tijdschrift dat jouw doelgroep vaak leest. Daarna schrijf je een artikel over jouw product, want ook dat is een vorm van adverteren.

Je werkt deze activiteit in tweetallen.

THE FASHION-LEADING WAGON THAT PUTS YOU RIGHT OUT IN FRONT! *Far ahead in style and comfort — far ahead in driving zest!*

Enter an unmatched wagon world of prestige and luxury with the aristocratic Falcon Squire. Enjoy comfort that comes from the most luxurious interiors in its class: Comfort-contoured, specially cushioned seats . . . deep-pile, fully-fitted carpeting throughout . . . foam-padded dashboard and sun visors . . . rich leather-like vinyl or combination vinyl and fabric inlay upholsteries . . . and for convenience that makes even the breeze come easy — a remote-control power-operated rear window. Enjoy Squire's lively performance, too: The 111 h.p.

'Pursuit 170' is standard equipment — gives you vivid acceleration and effortless highway cruising. The optional 'Super Pursuit' engine, rated at 121 h.p., gives you even higher performance and split-second responsiveness. And, if you like "going automatically", you'll appreciate Fordomatic Drive — the world's simplest and most trouble-free automatic transmission of all — available at moderate extra cost. See, compare, and test-drive Squire today — at your Ford Dealer's. It's priced for value, at . . .

£1389 TAX PAID

THE ARISTOCRATIC FALCON SQUIRE

No other station wagon gives you all these Falcon Squire benefits:

- Style-setting wood-like panelling along the side, and at the rear.
- Power tailgate window.
- Counter-balanced tailgate.
- Easy, 3-step seat conversion
- Perfectly flat load-space.
- 6,000 mile servicing.
- Self-adjusting brakes.
- Undercoating.
- Complete insulation-lining the roof, the floor, even the engine compartment.
- Diamond-Lustre paint.





Waar moet de opdracht aan voldoen?

De advertenties en het artikel moeten aan de volgende eisen voldoen:

- De advertenties zijn kort, duidelijk, krachtig gecommuniceerd.
- De advertenties zijn duidelijk te onderscheiden; één algemene advertentie, één specifiek voor de doelgroep.
- De advertenties vallen op door kleurgebruik, afbeelding en/of vlakverdeling.
- De advertenties en artikel voldoen aan de eisen van de opdrachtgever.
- Het artikel is duidelijk verdeeld in één hoofdonderwerp en drie deelonderwerpen.
- Het artikel is informatief en tegelijk aantrekkelijk om te lezen.
- Het artikel is overtuigend geschreven.





Krachtig communiceren met advertenties

Wat kun je en wat weet je na deze lesbrief?

- Je weet wat er bedoeld wordt met 'krachtig communiceren'.
- Je weet het verschil tussen een reclameadvertentie en een wervingsadvertentie.
- Je weet hoe je een artikel schrijft dat zowel informatief als aantrekkelijk is om te lezen.
- Je kunt advertenties kritisch lezen en beoordelen.
- Je kunt een advertentie goed indelen op het gebied van inhoud en vlakverdeling.
- Je kunt een advertentie maken die voor iedereen bestemd is en een advertentie voor een doelgroep.
- Je kunt advertenties en een artikel maken die voldoen aan de eisen van een opdrachtgever.

Uit welke stappen bestaat de lesbrief?

Stap	Krachtig communiceren met advertenties
Stap 1: Oriënteren	Verzamel informatie over het lezen en maken van advertenties. Brainstorm over jouw advertenties.
Stap 2: Voorbereiden	Maak je planning. Vraag jouw opdrachtgever naar zijn wensen over de advertenties. Bedenk in welke bladen jouw advertenties in komen te staan. Bepaal de inhoud van jouw advertenties. Bedenk waar jouw artikel over gaat.
Stap 3: Uitvoeren	Interview jouw opdrachtgever. Maak de advertenties. Schrijf een artikel over jouw product voor Free Publicity.
Stap 4: Afronden en terugkijken	Laat de advertenties beoordelen door jouw opdrachtgever. Kijk terug op de lesbrief.



Stap 1: Oriënteren

MAGAZIJN DE OSSEKOP HAVERSTRAAT 38. :-
STADSWAPEN STADSGRAVENSTR. 46.

Hierdoor deel ik de ontvangst mede van een groote keuze

HAARDEN { Fabrikaat: JAN JAARSMa.
 „ E. M. JAARSMa.
 „ BECKING & BONGERS.
KACHELS JUNKER & RUH, GODIN.
 alsmede alle soorten **KACHELS** Duitse en Amerik.
 PRIMA REUKLOOZE **PETROLEUMKACHELS.**
 Vuurschermen, Kolen- en Turfbakken, Schoppen,
 Warmwaterstoven, Kruiken, enz., enz.
Zie Etalage HAVERSTRAAT 38 en STADSGRAVENSTRAAT 46.
 Telefoon 319 (HUIS- en KACHELSMEDERLJ)
AANBEVELEND, ANT. SANDERS.
 Fijne eigengemaakte ingebrande en machinale Kachelpijpen.




Moeilijke woorden

Wat betekenen deze woorden? Zoek de betekenis op.

Moeilijk woord	Wat betekent dit woord?
Adverteren	
Krachtig communiceren	



Informatie verzamelen

Je gaat informatie verzamelen over advertenties. Gebruik hiervoor de websites die aangegeven zijn en de tijdschriften die de docent uitdeelt.

Zonder dat jij het misschien door hebt, kom je per dag wel honderden advertenties tegen. Dat kan via dagbladen en tijdschriften, maar tegenwoordig ook via internet of apps op je telefoon. Zo 'n advertentie moet jou verleiden het product te kopen of meer informatie te willen ontvangen over zo 'n product. Dit noem je een **reclameadvertentie**. Hiernaast heb je ook nog **wervingsadvertenties**, advertenties die jou proberen over te halen ergens lid van te worden of geld over te maken naar een goed doel.



Krachtig communiceren met advertenties

- a. Via onderstaande links verwijzen we naar zes verschillende advertenties. De ene advertentie probeert met een grappig plaatje jouw interesse te wekken, de andere geeft juist heel veel informatie. Vul onderstaand schema over de advertenties in deze lesbrief verder in.

Product/bedrijf	Wat zie je?	Wat is de boodschap van de advertentie?
Glassex goo.gl/EnIntK		
Oro Ferde (Rainforest Foudation) goo.gl/VhZr3S		
Magazijn De Ossekop goo.gl/qlhRAQ		
Frontline goo.gl/FqmHNN		
Bueno Aires Zoo goo.gl/utPgnp		
Audi goo.gl/l2cNev		

- b. Welke van de zes advertenties is een wervingsadvertentie? Waaraan zie je dat?

- c. De advertentie van Magazijn de Ossekop is nogal anders dan de rest. Dit is een advertentie uit de krant Tubantia van 27 maart 1905. Beantwoord de volgende vragen.

- Waaraan kun je merken dat dit een advertentie van meer dan 100 jaar oud is?

- Vind jij de advertentie duidelijk en overzichtelijk? Waarom wel/niet?



Krachtig communiceren met advertenties

- Hoe komt het dat zo'n advertentie tegenwoordig niet meer zal opvallen?

Tegenwoordig moet een advertentie dus opvallen. Je hebt een korte, krachtige tekst nodig waarbij mensen heel snel de boodschap eruit kunnen halen. Op de volgende website vind je 10 tips voor een goede advertentie.

- d. Ga naar goo.gl/mp753A. Je leest 10 tips voor het maken van een goede advertentie. Noteer de tips hieronder in het schema en geef er in eigen woorden een korte uitleg bij.

Nr	Tip	Uitleg
1.	Effect	Wat wil je bereiken?
2.	Eenduidig	
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		

Ga naar goo.gl/MygWgg en lees het kopje 'Vormgeving'. Wat vertelt dit stukje over het gebruik van tekst en afbeeldingen? Vat het hieronder kort samen.

De docent deelt een aantal kranten en tijdschriften uit. Hier ga je mee aan de slag.

- e. Zoek een aantal advertenties uit de krant die voor iedereen bedoeld kan zijn. Vervolgens zoek je een aantal advertenties in tijdschriften uit die echt bedoeld zijn voor de lezers van het tijdschrift.



Krachtig communiceren met advertenties

f. In welke advertenties is meer informatie te vinden?

- De advertenties uit de krant
 De advertenties uit de tijdschriften

Hoe komt dit? Welke extra informatie wordt er zoal gegeven?

g. Kies één advertentie uit die jij een goede vindt en waarin volgens jou krachtig wordt gecommuniceerd. Leg uit waarom jij dit vindt.

h. Pak één advertentie uit een krant en één advertentie uit een tijdschrift. Vergelijk ze met elkaar aan de hand van een aantal tips uit de oriëntatie. Voldoet de advertentie aan de tip en hoe kun je dit zien? Zit er verschil tussen de doelgroep, bijvoorbeeld bij de tip ontvangergericht? Als er geen verschil tussen beide zit, kun je dit ook aangeven.

Tip	Advertentie algemeen	Advertentie tijdschrift
Effect		
Eenduidig		
Ontvangergericht		
Verleidt		
Duidelijk		
Consistentie		
Impact		

i. De titel van deze lesbrief luidt: 'Krachtig communiceren met advertenties'. Kun jij uitleggen wat wordt bedoeld met 'krachtig communiceren'?



Je kunt voor deze opdracht gebruik maken van de volgende werkkaarten:

- Interviewen
- Advertentie maken



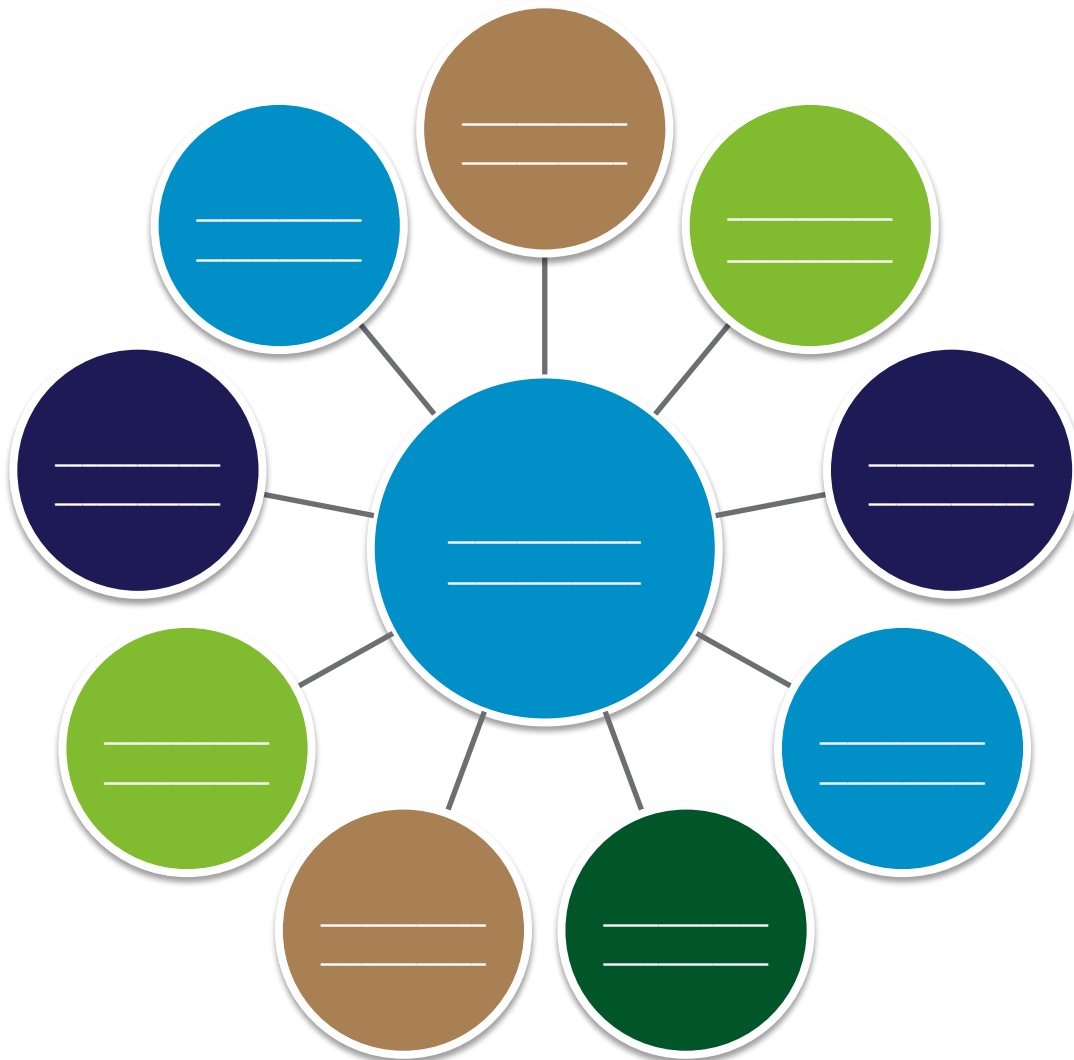
Krachtig communiceren met advertenties

Brainstormen

Je gaat brainstormen over het maken van een advertentie. In de brainstorm mag je al je fantasie gebruiken. Geen idee is te gek. Later ga je pas bepalen welke ideeën je werkelijk gaat uitvoeren.

- a. Bedenk eerst voor welk bedrijf of instelling jullie een advertentie willen maken. Dit wordt jouw opdrachtgever. Aangezien je ook bij je opdrachtgever op bezoek gaat, moet deze wel in de buurt van jouw school zitten. Overleg met je docent of deze opdrachtgever geschikt is voor de opdracht.
 - Wij maken een advertentie voor....

-
- b. Schrijf 'advertentie' in de middelste cirkel van de figuur.
 - c. Schrijf in de cirkels zoveel mogelijk woorden die bij je opkomen.





Krachtig communiceren met advertenties

Keuzes maken

Na de brainstorm ga je kijken wat haalbaar is. Je kiest uit alles wat opgeschreven is. Welke ideeën uit de brainstorm wil je werkelijk uitvoeren?

- a. Lees goed door wat je hebt opgeschreven. Onderstreep de belangrijkste onderdelen. In ieder geval de onderdelen waar je verder mee wilt.
- b. Wat voor een advertentie gaan jullie maken? Is het een reclame- of een wervingsadvertentie? Hoe gaan jullie dit doen? Welke hulpmiddelen hebben jullie hiervoor nodig?

- c. Je maakt één algemene advertentie, die is bestemd voor iedereen, en één advertentie voor een tijdschrift die jouw doelgroep leest. Wat komt er wel in de advertentie voor jouw doelgroep te staan en niet in de algemene advertentie voor iedereen?



Stap 2: Voorbereiden



De planning

	Stap	Wat ga je doen?	Wie gaat het doen?	Hoeveel tijd heb je daarvoor nodig?
	Vorbereiden			
	Uitvoeren			
	Afronden en terugkijken			



Je kunt voor deze opdracht gebruik maken van de volgende **werkkaarten**:

- Interviewen
- Advertentie maken



Krachtig communiceren met advertenties

De wensen van de opdrachtgever

Voordat je een advertentie kunt opstellen is het goed om te weten wat er allemaal in moet komen te staan. Wat vindt jouw opdrachtgever belangrijk? Om hier achter te komen neem je eerst contact op met jouw opdrachtgever en ga je deze interviewen. Zo krijg jij een goed beeld van wat de opdrachtgever allemaal belangrijk vindt en kun jij de advertenties daar zo goed mogelijk op aanpassen.

- a. In de brainstorm heb je al een bedrijf of instelling uitgekozen waarvoor jij je advertenties maakt. Zoek de contactgegevens van deze opdrachtgever op.

- b. Je gaat een interview afnemen om zo achter de wensen of eisen van jouw opdrachtgever te komen. Overleg met jouw docent of je dit interview live afneemt bij het bedrijf of via de telefoon. Wanneer mag je deze afspraak maken en wanneer vindt het interview plaats? Hoe heet de persoon bij wie je het interview afneemt en wat is zijn/haar functie?

- c. Bedenk 8 vragen die belangrijk zijn om een goed beeld te krijgen van de wensen van jouw opdrachtgever. Denk aan de doelgroep, de huisstijl, het doel van de advertentie (wervings- of reclameadvertentie) en dergelijke. Gebruik hiervoor de **Werkkaart: Interviewen**. Ga naar werkkaarten.nl/wk/interviewen.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____

- d. Laat de vragen controleren door jouw docent. Zijn ze correct? Krijg je zo een goed beeld van de opdracht? Wat moet er nog worden aangepast?



Krachtig communiceren met advertenties

- e. Jouw opdrachtgever moet de advertenties natuurlijk ook voorzien van feedback. Maak hiervoor alvast een nieuwe afspraak. Wanneer moeten de advertenties af zijn?

Geschikte kranten en tijdschriften voor de advertenties

- a. Omschrijf de doelgroep van jouw opdrachtgever.

- b. Ga naar goo.gl/Q641SY. Je ziet een overzicht van de 10 meest gelezen kranten van Nederland. Toch zijn dit algemene kranten. Welke twee kranten passen het beste bij jouw opdrachtgever? Waarom?

- c. Is jouw opdrachtgever landelijk actief of werkt deze alleen in de regio? Zou je ook een advertentie in een regionale krant kunnen plaatsen? Zo ja, welke krant en waarom?

- d. Noem een of meerdere tijdschriften die gelezen kunnen worden door jouw doelgroep.

- e. Waar moet je op letten bij de advertentie voor het tijdschrift? Worden bepaalde kleuren vaak gebruikt? Welke bedrijven adverteren hier al in? Hoe kun jij desondanks toch opvallen in dit tijdschrift?



Krachtig communiceren met advertenties

Bepaal de inhoud van jouw advertenties

- a. Gebruik de **Werkkaart: Advertentie maken**. Bepaal de inhoud van de advertenties voor de krant en voor de tijdschriften. Noteer hieronder wat je van plan bent te gaan doen. Maak ook alvast een schets waarin je de indeling en kleuren alvast indeelt.

- b. Neem jouw plannen ook mee naar het interview en laat dit alvast beoordelen door jouw opdrachtgever.

Artikel schrijven

Een andere vorm van adverteren is het schrijven van een artikel. Een stofzuigerfabrikant kan bijvoorbeeld een artikel schrijven over allerlei allergieën, onfrisse stoffen in huis en hoe je dit tegen kunt gaan met een speciale stofzuiger. Een fabrikant van hardloopschoenen kan een artikel schrijven over goede voornemens, starten met hardlopen en vervolgens gaan adviseren over de beste schoenen. Zo'n artikel kan dan geplaatst worden in een (regionale) krant, een tijdschrift of een website. Wanneer zulke artikelen geplaatst en gelezen worden, spreek je van Free Publicity (=gratis publiciteit).

In een artikel komt dus veel meer tekst te staan dan in een advertentie. Dit betekent dat je moet gaan nadenken waar je artikel precies over gaat en welke onderwerpen je allemaal wilt bespreken.

- c. Benoem het hoofdonderwerp van jouw artikel. Dit hoeft dus niet gelijk over jouw opdrachtgever te gaan, maar over een breder onderwerp waar jouw opdrachtgever mee te maken heeft.

- d. Vervolgens verdeel je het artikel in drie deelonderwerpen. Waar gaan deze deelonderwerpen over?

- e. Wat wordt de conclusie van jouw artikel?

- f. Neem ook deze plannen alvast mee naar het interview en laat jouw opdrachtgever deze alvast beoordelen.



VRAAG TOESTEMMING AAN JE DOCENT OM VERDER TE GAAN MET STAP 3.





Stap 3: Uitvoeren



Uitvoeren

Je gaat nu de advertenties maken. Kijk voordat je begint nog eens goed naar de eisen van de opdracht die aan het begin van de lesbrief staan.



Interview jouw opdrachtgever

- Interview jouw opdrachtgever. Vergeet niet jouw plannen alvast te laten zien en om feedback te vragen.

TIP: vraag om voorbeeldmaterialen.

- Wat vond de opdrachtgever van jouw plannen over de advertenties? Wat was goed? Wat moet anders?



Krachtig communiceren met advertenties

- c. Noteer de belangrijkste eisen van jouw opdrachtgever voor jouw advertenties.

Eisen voor de advertenties

- d. Wat vond de opdrachtgever van jouw plannen over het artikel? Wat was goed? Wat moet anders?

- e. Noteer de belangrijkste eisen van jouw opdrachtgever voor het artikel

Eisen voor het artikel

Maak de advertenties

Gebruik de **Werkkaart: Advertentie maken**.

- a. Maak de algemene advertentie voor iedereen. Kijk goed naar de eisen van jouw opdrachtgever. Kijk ook nog eens goed naar de tips voor een goede advertentie, in oriëntatieopdracht *d* en *e*.
- b. Maak de advertentie voor jouw doelgroep in het tijdschrift.
- c. Waaraan kun je zien dat de tweede advertentie echt aan jouw doelgroep is gericht?

Artikel voor Free Publicity

- a. Schrijf het artikel voor jouw product. Kijk nog eens goed naar de eisen en de opmerkingen van jouw opdrachtgever.



Stap 4: Afronden en terugkijken



Het resultaat

Je gaat jouw resultaten laten beoordelen door jouw opdrachtgever. Als het goed is, heb je hiervoor al een afspraak gemaakt.

- a. Laat jouw advertenties beoordelen door jouw opdrachtgever. Gebruik hiervoor het beoordelingsschema.

Eisen advertenties	Voldoet?	Omdat?
	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	



Krachtig communiceren met advertenties

b. Ben jij het met de beoordeling van jouw opdrachtgever eens? Waarom wel/niet?

c. Laat jouw artikel beoordelen door jouw opdrachtgever. Gebruik hiervoor het beoordelingsschema.

Eisen artikel	Voldoet?	Omdat?
	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	

d. Ben jij het met de beoordeling van jouw opdrachtgever eens? Waarom wel/niet?



Kijk terug op deze lesbrief

- a. Als het goed is, heb je bij de uitvoering gekeken naar de eisen waaraan de opdracht moet voldoen. Wat vind jij, voldoet jouw resultaat van de opdracht aan de eisen? Kruis aan wat jij vindt.

Eis	Voldoet?	Omdat?
De advertenties zijn kort, duidelijk, krachtig gecommuniceerd.	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
De advertenties zijn duidelijk te onderscheiden; één algemene advertentie, één specifiek voor de doelgroep.	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
De advertenties vallen op door kleurgebruik, afbeelding en/of vlakverdeling.	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
De advertentie en artikel voldoen aan de eisen van de opdrachtgever.	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
Het artikel is duidelijk verdeeld in één hoofdonderwerp en drie deelonderwerpen.	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
Het artikel is informatief en tegelijk aantrekkelijk om te lezen.	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	
Het artikel is overtuigend geschreven.	<input type="checkbox"/> Ja / <input type="checkbox"/> Nee	

- b. Waar was je goed in bij de verschillende opdrachten?

- Ik was goed in:

- Dat blijkt uit:



Krachtig communiceren met advertenties

c. Wat vond je minder goed gaan?

- Waarom vond je dat?

d. Wat zou je nog willen leren bij een volgende opdracht?
