



WERKBOEK

Hoe word ik minishoot specialist



Gefeliciteerd! Jij hebt jezelf deze toffe training gegund!

Alle content die ik deel is gebaseerd op mijn eigen ervaringen, ervaringen van mijn coachees, andere fotografen die de live training bij mij hebben gevolgd en uiteraard mijn valkuilen.

Bij iedere les hoort een werkblad waar jij jouw antwoorden in kunt vullen. Doe dit ook zodat je stap voor stap je minishoot georganiseerd krijgt.

Dit is een compleet nieuwe training en mijn eerste training. Daarom is feedback zeer welkom!

Zorg dat je na iedere les de opdracht doet. Aan het eind van de training heb jij dan alle informatie om jouw eerste minishoot online te hebben staan.

Ik wens je heel veel succes met deze training maar vooral natuurlijk ook heel veel plezier!

Heb je vragen? Stel deze in de community.

Nicky



Ik zal mij even kort voorstellen

Mijn naam is Nicky Heinne, wonend in de prachtige achterhoek, getrouwd en 2 kinderen waarvan 1 al het huis uit is (ja, zo oud ben ik al haha) en een thuiswonende puber.

In 2012 ben ik gestart met fotograferen wat uiteindelijk mijn fulltime job is geworden in de vorm van mijn eigen bedrijf.

Ik geniet ervan om mijn kennis te delen met anderen en ik hoop dan ook dat jij met mijn kennis super gave minishoots/specials gaat organiseren!

Stel jij jezelf even voor in de community?

www.praktischwinstadvies.nl



Daar ga je!

Jij gaat starten met de training "Hoe word ik minishoot specialist"!

Super tof en na deze training staat jouw (eerste) minishoot online.

Zorg er voor dat je je focus hebt zodra je met de training aan het werk gaat.

Dus niet even snel tussendoor maar echt er voor gaan zitten.

Dan haal je de beste resultaten.

Voor de één is dat in de ochtend en de ander in de middag of avond. Bepaal voor jezelf dit tijdstip.

Ik zou het leuk vinden als je af en toe in de community deelt waar jij mee bezig bent. Ook je vragen kun je daar stellen. Door kennis met elkaar te delen wordt de training alleen maar leuker en waardevoller.

Succes!



LES 1.1.

WAAROM IK BEN GESTART MET MINISHOOTS ORGANISEREN



En toen kwamen er geen opdrachten meer binnen

Iedereen weet het nog wel. Het jaar 2020. Ineens ging alles op slot. De studio's gingen dicht en we mochten geen fotoshoots meer doen.

Toen langzaam de boel weer open ging en we weer buiten mochten fotograferen bedacht ik mij dat ik klanten aan moest gaan trekken want mijn hele bedrijf lag stil. Maar hoe dan? Buiten fotograferen mocht nog wel. Dus heb ik iets unieks bedacht wat geen fotograaf hier in de regio ooit had gedaan; een bloemenschommelshoot. Mijn man maakte een schommel voor mij die ik vervolgens door een bloemist heb laten versieren met kunstbloemen. Het resultaat was fantastisch! Maar hoe ga ik nu klanten krijgen? Dat was de volgende uitdaging.

Gratis

Ik besloot om deze shoot weg te geven inclusief 1 afdruk van 20 x 30 cm. Gewoon gratis omdat ik wilde dat het bericht viral zou gaan. En dat gebeurde!! Binnen no-time had ik 20 aanmeldingen en besloot ik om het bericht aan te passen naar: "De eerste 20 die reageren ontvangen deze shoot gratis." Dit werden er uiteindelijk 23. De volgende mensen die reageerden die ontvingen van mij een bericht dat ze de shoot mochten boeken voor € 25. En zo kwamen er nog eens 10 bij.

Meer dan alleen omzet

De totale omzet kwam op € 1.500. Niet echt een wereldbedrag maar nu komt het: 12 van deze ruim 30 klanten zijn later nog 1 of meerdere malen bij mij terug geweest voor een shoot. Variërend van minishoots tot familieshoot en newbornshoots. Nog steeds zijn er klanten die ik meerdere keren per jaar zie. Een betere marketing had ik niet kunnen bedenken.

LES 1.1.

WAAROM IK BEN GESTART MET MINISHOOTS ORGANISEREN



Minishoot, niet doen!

Dus denk je nu dat minishoots niks opbrengen? Ik ben het bewijs dat dit wel zo is en daarom vind ik het ook belangrijk om jou te leren hoe je dit nou aan gaat pakken.

Ik ga je in deze training vooral leren hoe ik het doe en wat voor mij werkt en uiteraard geef ik tips voor als je het toch net iets anders wilt doen.

Heel veel plezier met deze training en op naar heel veel mooie minishoots



OPDRACHT:

Voordat je aan deze training begint. Schrijf voor jezelf op wat is de reden dat jij bent gestart met deze training, waarom wil jij minishoots organiseren en wat wil je er mee bereiken? Gebruik hiervoor het werkblad.

DOEL

Schrijf voor jezelf op wat is de reden dat jij bent gestart met deze training, waarom wil jij minishoots organiseren en wat wil je er mee bereiken?



LES 1.2.

6 REDENEN OM MINISHOOTS TE ORGANISEREN



Jij kunt verschillende redenen hebben waarom jij een minishoot of minishoots zou gaan organiseren:

1. Extra omzet genereren
2. In korte tijd veel shoots
3. Nieuwe klanten aantrekken
4. Naamsbekendheid
5. Nieuwsbriefbestand aanvullen
6. Omdat je het leuk vindt

Extra omzet genereren

Jij bent gestart als fotograaf om geld te verdienen en uiteraard ook omdat je graag mooie herinneringen wilt maken voor jouw klanten. Door een minishoot te organiseren kun jij in een relatief korte tijd een leuke extra omzet genereren.

In korte tijd veel shoots

Omdat een minishoot vaak tussen de 20 en 30 minuten duurt kun jij op één dag heel veel shoots geboekt krijgen. En dus op één dag een mooie omzet behalen.

Nieuwe klanten aantrekken

Bij iedere minishoot die ik organiseer komen er weer, voor mij, nieuwe klanten bij. Soms klanten die ik vaker zie bij een minishoot maar met grote regelmaat ook klanten die mij later boeken voor een ander type shoot. Zij hebben mij dan al leren kennen en weten dat ik als fotograaf bij hen pas.

Naamsbekendheid

Door veel te delen, voor een minishoot, op je socials zal je zien dat mensen elkaar gaan taggen maar dat jouw bericht ook gedeeld gaat worden. Een aantal volgers groeit daardoor ook. Een mooie extra bijkomstigheid van een minishoot.

LES 1.2.

6 REDENEN OM MINISHOOTS TE ORGANISEREN



Nieuwsbriefbestand aanvullen

Zorg dat jouw klanten zodra ze zich aanmelden voor de minishoot ze zich ook in kunnen schrijven voor jouw nieuwsbrief. Op deze manier bouw je snel een nieuwsbriefbestand op met serieuze klanten.

Omdat je het leuk vindt

Het meest belangrijke is natuurlijk wel dat je het leuk vindt om een minishoot te organiseren. Ik vind het fantastisch! De blijde koppies van de kindjes en de ouders die blij zijn met de foto's zodra ik ze af heb geleverd.

OPDRACHT:

Schrijf voor jezelf op met welke van de bovenstaande redenen jij minishoots wilt gaan organiseren. Als je weet wat jouw doel is dan kun je daar naartoe werken.

REDEN

Schrijf voor jezelf op met welke van de bovenstaande redenen jij minishoots wilt gaan organiseren. Als je weet wat jouw doel is dan kun je daar naartoe werken.



LES 1.3.

WAAROM ZOULDEN KLANTEN EEN MINISHOOT BIJ JOU BOEKEN?



Er kunnen verschillende redenen zijn waarom klanten een minishoot boeken

1. Betaalbaar en kort
2. Kleding
3. Meerdere shoots per jaar
4. Kennismaken met de fotograaf

Betaalbaar en kort

Veel klanten zullen kiezen voor een minishoot vanwege de betaalbaarheid en omdat het een korte shoot is. Een deel zal het ook doen om jou te leren kennen.

Een fotoshoot met kinderen is vaak een uitdaging. En zeker als de shoot te lang duurt. Mijn minishoots duren 20 minuten en dat is lang genoeg om voldoende foto's te kunnen maken en na 20 minuten zijn de meeste kinderen er wel klaar mee.

Kleding

Ik hoor ouders vaak zeggen dat ze een minishoot leuk vinden om een keer extra tussendoor te doen. Boeken zij een reguliere shoot dan vinden ze toch dat alles perfect moet zijn. Bij een minishoot is dat gevoel minder. Alhoewel ik ook klanten heb die bij elke minishoot speciale kleding kopen afgestemd op de type shoot.

Meerdere shoots per jaar

Er zijn mensen die het leuk vinden om vaker een fotograaf te boeken. Door dan een minishoot te boeken blijft het betaalbaar en bepalen zij zelf wat ze uitgeven aan de shoot.

Kennismaken met de fotograaf

Sommige klanten boeken een minishoot om mij, als fotograaf, te leren kennen. Voor het geval ze een reguliere shoot willen boeken dan weten ze al of ik zij ze pas.

OPDRACHT:

Schrijf op waarom klanten bij jou een minishoot moeten boeken. Wat maakt jou uniek?

REDEN

*Schrijf op waarom klanten bij jou een minishoot moeten boeken.
Wat maakt jou uniek?*



LES 2.1.

BEPAAAL JE BASISPRIJS EN HOU DEZE LAAG



Ik ga in deze module vooral met jou delen hoe ik het doe en wat voor mij werkt.

Als jij de basisprijs van de minishoot laag houdt dan zijn klanten eerder geneigd om later extra foto's bij te kopen.

In mijn geval was dat altijd € 25 inclusief 1 afdruk van 20 x 30 cm.

Sinds dit jaar ben ik gestart met het aanbieden van 2 keuzes:

- € 25 inclusief 1 afdruk van 20 x 30 cm
- € 35 inclusief 1 digitaal bestand

Het grootste deel van de klanten verkoos het digitale bestand boven de afdruk. Ik heb gemerkt dat de upsell bij de shoot van € 25 (inclusief afdruk) gemiddeld bijna 25% hoger was dan die van € 35 (inclusief digitaal bestand). Het totaal besteed bedrag, dus inclusief het basis bedrag van de shoot, lag bij de shoot met afdruk bijna 20% hoger.

Dit was een mooie test en voor de volgende minishoot zal ik dus enkel nog de shoot aanbieden met een afdruk erbij. Het kost je wel wat meer tijd maar ook weer klantenbinding. Doordat ik de afdrukken op laat halen in mijn studio of ik bezorg ze bij de klant thuis.

Je maakt even weer een praatje en je hebt de klant weer even gezien. En niet onbelangrijk, de klant heeft jou ook weer gezien.

Uiteraard bepaal jij zelf jouw prijs en wat jij erbij levert. Ligt deze prijs hoger of misschien juist wel lager? Alles is goed zolang jij je er maar goed bij voelt.

 **Tip:** Kijk niet naar wat andere fotografen doen. Het is jouw bedrijf, dus jij bepaalt!

OPDRACHT:

Bepaal voor jezelf welke prijs jij graag wilt hanteren en noteer deze op het werkblad.

BASISPRIJS

*Bepaal voor jezelf welke basisprijs jij graag wilt hanteren
en waarop je dit hebt gebaseerd*



LES 2.2.

GEEF NIET TEVEEL WEG



Zoals ik in de vorige module al heb aangegeven: Hou de basisprijs laag.

Dit betekent ook dat je niet teveel weg moet geven. Hiermee bedoel ik dat je uiteindelijk wilt dat de klanten extra foto's bij jou afnemen.

Bied jij een minishoot aan met 5 digitale bestanden dan is jouw klant minder geneigd om extra bestanden bij te bestellen dan als je, zoals ik, een minishoot aanbied met 1 afdruk.

De meeste klanten willen toch graag minimaal één digitaal bestand erbij. En maak jij leuke pakketprijzen dan zijn ze ook eerder geneigd om voor een pakket te kiezen.

De uitleg van de upsell vind je in het hoofdstuk: Denk aan je upsell



OPDRACHT:

Wat ga jij aanbieden? De prijs heb je in het vorige hoofdstuk bepaald maar wat ga je daarbij leveren?

AANBOD

Wat ga jij aanbieden? De prijs heb je in het vorige hoofdstuk bepaald maar wat ga je daarbij leveren?



LES 2.3.

WEES TRANSPARANT



We hebben het nu gehad over de prijzen van de minishoot zelf en van de upsell.

Wat ik zelf erg belangrijk vind is om transparant te zijn over jouw prijzen.

Vermeld alle prijzen vóór het boeken van de shoot zodat jouw klant niet voor verrassingen komt te staan zodra de foto's zijn afgeleverd.

Persoonlijk heb ik in al die jaren dat ik minishoots aanbied 1x een klacht gehad van iemand die mij te duur vond. Deze persoon had zelf niet geboekt maar haar zus. Haar zus wist dus wat de prijzen waren en vond dit ok. Maar had dit niet gecommuniceerd met haar zus.

OPDRACHT:

Bepaal hoe jij je prijzen gaat communiceren met jouw klanten.

Op je website, in jouw social media berichten, via een flyer of op een andere manier? Het is aan jou hoe jij dit aan gaat pakken.



MEDIA

Bedenk hoe jij je prijzen gaat communiceren met jouw klanten. Op je website, in jouw social media berichten, via een flyer of op een andere manier? Het is aan jou hoe jij dit aan gaat pakken.



LES 2.4.

DENK AAN JE UPSELL



Het fijne is dat als jouw klant de foto's geleverd krijgt zij al vergeten zijn dat ze al een klein bedrag hebben betaald. Dit zorgt ervoor dat zij voor hun gevoel bij € 0 beginnen.

Zorg er daarom voor dat jouw klant graag extra foto's af wilt nemen in de vorm van digitale bestanden, afdrukken, boekjes of misschien wel wanddecoraties. Doe wat jij prettig vindt maar vooral ook wat jij leuk vindt om aan te bieden. Ik bied bij mijn minishoots actief digitale bestanden aan. Maar dit heeft er puur mee te maken dat ik producten een soort van "gedoe" vindt.

Uiteraard bepaal jij dit zelf!

Mijn pakketprijzen zijn als volgt:

- 1 bestand € 20
- 5 bestanden € 87,50
- 10 bestanden € 150
- hele galerij (inclusief een mini harmonicaboekje) € 199

Tijdens mijn laatste minishoot koos 20% voor de hele galerij, 20% voor het pakket met 5 foto's, 25% koos voor geen extra foto's (75% daarvan waren klanten die voor de minishoot met digitaal bestand hadden gekozen), de rest koos voor een ander pakket, afdrukken of losse digitale bestanden.

Voor mij werkt het aanbieden van de hele galerij erg goed omdat ik alle foto's bewerkt aflever. Doe jij dit niet dan zou ik me voor kunnen stellen dat je dit liever niet aanbied.

LES 2.4.

DENK AAN JE UPSELL



Als je niet met pakketten wilt werken kun je bijvoorbeeld ook met staffels werken:

0-5 bestanden € 20 per stuk

5-10 bestanden € 17,50 per stuk

> 10 bestanden € 15 per stuk

Dit zijn slechts voorbeelden. Vraag jij meer of minder, maak jij andere pakketten of besluit jij alleen te werken met producten dan is dat uiteraard ook goed.

OPDRACHT:

Bedenk hoe jij jouw upsell wilt gaan doen. Vooral digitale bestanden, albums, wanddecoraties, afdrukken, een combinatie hiervan of misschien wil jij er een IPS (in person sale) aan koppelen.



UPSELL

Hoe gaat jouw upsell eruit zien? Vooral digitale bestanden, albums, wanddecoraties, afdrukken, een combinatie hiervan of misschien wil jij er een IPS (in person sale) aan koppelen.



LES 3.1.

WAT PAST BIJ JOU



Als je niet doet wat bij jou past dan ga je minishoots niet leuk vinden.

Vind je kinderen fotograferen niet leuk ga dan geen minishoots organiseren met kinderen.

Hou je niet van dieren, ga dan geen dieren fotograferen.

Een aantal voorbeelden van wat jij misschien leuk vindt:

- Kinderen
- Tieners
- Gezinnen
- Dieren
- Portretten
- Studio
- Zwangerschap
- Buiten

💡 TIP: Bekijk de lijst met 101 minishoot ideeën, misschien brengt je dit op nieuwe ideeën.

Opdracht:

Maak een lijstje van alles wat jij leuk vindt om te fotograferen.

WAT PAST BIJ JOU

Maak een lijstje van alles wat jij leuk vindt om te fotograferen.



LES 3.2.

BEPAAL JOUW IDEALE KLANT



Als jij weet wie jouw ideale klant is kun jij je ook specifiek richten op deze doelgroep.

Door dit voor jezelf uit te schrijven weet jij hoe en wie je aan moet spreken op jouw website of jouw social media.

Welke doelgroep wil jij graag aanspreken?

Bijvoorbeeld: vrouwen, leeftijd tussen de 20 en 40 jaar, gezin met kinderen, gezin met huisdieren, zwangere vrouwen etc.

Welke behoefte hebben mensen in jouw doelgroep?

Bijvoorbeeld: mooie herinneringen maken, vaker een shoot boeken tegen een goedkoper tarief etc.

Welke pijnpunten hebben mensen in jouw doelgroep?

Bijvoorbeeld: geen mooie foto's hebben van alleen maar foto's gemaakt met mobiel, bij anderen gezien dat iemand wegvalt en er dan geen mooie foto's zijn etc.



LES 3.2.

BEPAAAL JOUW IDEALE KLANT



Welke angsten ervaren mensen in jouw doelgroep?

Bijvoorbeeld: Ik sta nooit mooi op de foto, een shoot duurt te lang, mijn kinderen vinden foto's maken niet leuk, straks zijn er geen mooie foto's.

Wat is het bedoelde eindresultaat van de minishoot?

Bijvoorbeeld: Voor een relatief lage prijs mooie foto's hebben

Waarom moet de klant bij jou zijn? Wat zijn jouw USP's (Unique Selling Points)?

Bijvoorbeeld: Ik weet kinderen altijd lachend op de foto te krijgen, ik heb ervaring met dieren etc.



Opdracht:

Beantwoord bovenstaande vragen om jouw ideale klant te bepalen en aan te kunnen schrijven.

JOUW IDEALE KLANT

Beantwoord onderstaande vragen om jouw ideale klant te bepalen en aan te kunnen schrijven.

Welke doelgroep wil jij graag aanspreken?

Welke behoefte hebben mensen in jouw doelgroep?

Welke pijnpunten hebben mensen in jouw doelgroep?

Welke angsten ervaren mensen in jouw doelgroep?

Wat is het bedoelde eindresultaat van de minishoot?

LES 3.3.

MINISHOOT OF MINISPECIAL?



Noem jij jouw shoot een minishoot of een special?

In mijn geval kan iedereen het hele jaar door een minishoot bij mij boeken.

Een minispecial is een speciaal georganiseerde minishoot(dag).

De naam minispecial geeft al aan dat het iets speciaals is.

Geef ook duidelijk aan dat deze special tijdelijk en alleen op bepaalde data beschikbaar zijn.

Opdracht:

Bepaal voor jezelf hoe jij jouw minishoots wilt noemen. Misschien heb jij nog wel een andere pakkende benaming voor jouw minishoot.



MINISHOOT OF SPECIAL

Hoe ga jij jouw minishoot noemen?



LES 3.4.

DE KRACHT VAN HERHALING



Door met regelmaat een minishoot of special te organiseren weten jouw klanten jou te vinden.

Kunnen ze de ene keer niet dan zullen ze je in de gaten houden voor een volgende keer.

Als jij ieder jaar een minispecial met een bepaald thema organiseert zullen jouw klanten dit weten en jou in de gaten houden op jouw socials.

Neem bijvoorbeeld mijn lammetjesspecials die ik sinds 4 jaar organiseer. Ik krijg jaarlijks in oktober al de eerste aanvragen of ik het jaar erop weer deze special organiseer.



Opdracht:

Wat ga jij doen? Slechts één keer per jaar een special organiseren? Of meerdere thema's per jaar. Of misschien wel doorlopend zodat jouw klanten het hele jaar een minishoot kunnen boeken.

KRACHT VAN HERHALING

*Wat ga jij doen? Slechts één keer per jaar een special organiseren?
Of meerdere thema's per jaar. Of misschien wel doorlopend zodat
jouw klanten het hele jaar een minishoot kunnen boeken.*



LES 3.5.

MARKETING



Eerder heb jij bepaald wie jouw ideale klant is en wat jij leuk vindt om te fotograferen voor een minishoot.

Dan is het nu tijd om jouw volgers te laten weten dat jij minishoots gaat organiseren.

Zorg dat jij jouw ideale klant gaat aanspreken.

Benoem de pijnpunten, de USP's etc. in jouw berichten maar ook op jouw website.

Je kunt ook meerdere berichten plaatsen waarbij jij telkens 1 punt benoemd.

Weet dat de meeste mensen geen shoot bij je zullen boeken als ze voor de eerste keer iets voorbij zien komen. Ze willen je eerst leren kennen, vervolgens willen ze je leuk gaan vinden en uiteindelijk gaan vertrouwen.

De zogenaamde **Know - Like - Trust** fases.

Zorg dus dat je met regelmaat post op jouw socials. Wees niet bang dat je teveel plaatst. Geloof me, niet iedereen ziet al jouw berichten.

Start op tijd met jouw volgers te triggeren. Bijvoorbeeld door een bericht te delen waarbij je alleen maar benoemd dat er iets heel tofs aan komt. Vervolgens deel je een bericht dat je bezig bent met voorbereiden van portfolio materiaal.



LES 3.5.

MARKETING



Wil je eerst portfolio opbouwen?

Vraag dan om iemand die jou wil helpen met een bepaalde shoot. Bied een gratis shoot aan met als voorwaarde dat jij de foto's mag gebruiken voor marketing doeleinden en geef ze een beperkt aantal foto's als bedankje.

Gebruik als CTA (call to action) de vraag of ze in de comments mensen willen taggen die dit wel graag zouden willen.

Heb je nog geen idee wat je wilt gaan aanbieden?

Maak dan een poll met de vraag of iemand leuke ideeën heeft. Je weet dan gelijk waar interesse in is.

Start zeker 6 weken van tevoren met het kenbaar maken dat je een shoot gaat organiseren.

Opdrachten:

Maak 4 polls om erachter te komen of jij jouw doelgroep bereikt en wat hun wensen zijn. Plan deze polls in voor de komende 2 weken.

Schrijf 4 social media berichten gericht op jouw doelgroep om te triggeren. Zoek hier bijpassende foto's bij en plan deze berichten in voor de komende 2 weken.

Schrijf 6 social media berichten om jouw shoot te promoten. Zoek hier bijpassende foto's bij en plan deze berichten in voor de komende 2 weken. En geloof me, je kunt niet teveel pushen!

MARKETING

Bedenk 4 polls om erachter te komen of jij jouw doelgroep bereikt en wat hun wensen zijn. Plan deze polls in voor de komende 2 weken.



MARKETING

Bedenk 4 social media berichten gericht op jouw doelgroep om te triggeren. Zoek hier bijpassende foto's bij en plan deze berichten in voor de komende 2 weken.



MARKETING

Schrijf 6 social media berichten om jouw shoot te promoten. Zoek hier bijpassende foto's bij en plan deze berichten in voor de komende 2 weken.



LES 3.6.

EXTRA TIPS OM KLANTEN TE KRIJGEN



Lukt het jou niet om vanuit jouw eigen netwerk aanmeldingen te krijgen voor jouw minishoot? Overweeg dan eens of je een shoot weg gaat geven op een plaatselijke facebook groep.

Er zijn vast veel groepen bij jou in de buurt zoals Vraag en Aanbod of de Weggeefhoek.

Op sommige pagina's mag je een aanbod plaatsen, maar op de meeste zal dat niet mogen. Lees altijd eerst de regels voordat je een bericht plaatst.

Op de meeste pagina's zul je wel een shoot weg mogen geven.

Je kunt op zo'n plaatselijke pagina een shoot weggeven en vragen of de volgers iemand willen taggen die ze de shoot graag gunnen. Zorg dat je altijd een vooraf bepaalde periode aangeeft, bijvoorbeeld voor een week.

Uiteraard bepaal jij wie de shoot gaat winnen. Is de week voorbij dan kies je een winnaar uit en je zorgt uiteraard dat jij deze persoon tagt in het bericht.

Je bent nu nog niet klaar.

Je kunt nu iedereen die gereageerd heeft een persoonlijk bericht sturen met een leuk aanbod. Dit kan een korting zijn of iets extra's bij de shoot. Bijvoorbeeld een extra afdruk

LES 3.6.

EXTRA TIPS OM KLANTEN TE KRIJGEN



Voorbeeld:

Hallo [Naam],

Wat geweldig dat je [genomineerde naam] een fotoshoot hebt gegund. Jouw vrijgevigheid is echt bewonderenswaardig! Helaas heeft iemand anders de shoot gewonnen, maar jouw deelname betekent veel voor mij.

Om je te bedanken, wil ik je een speciale aanbieding doen. Als je binnen [tijdsframe, bijvoorbeeld: één week, twee dagen] zelf een shoot boekt, geef ik je [korting of een extra, bijvoorbeeld: 20% korting of een extra afdruk van je favoriete foto].

Laat me weten of je geïnteresseerd bent of als je meer informatie wilt. Ik kijk er naar uit om samen iets prachtigs te creëren!

Hartelijke groeten,
[Jouw Naam]

(Ik heb dit bericht door chatgpt laten schrijven, maar je kunt natuurlijk zelf een leuk bericht schrijven.)

Opdrachten:

- Ga op zoek naar facebook pagina's in de buurt waar jij een leuk aanbod kunt doen
- Bedenk welk aanbod jij gaat doen
- Schrijf een persoonlijk bericht die jij gaat sturen naar degene die de shoot niet hebben gewonnen.

EXTRA KLANTEN TREKKEN

Ga op zoek naar facebook pagina's in de buurt waar jij een leuk aanbod kunt doen en noteer deze hier:

Welk aanbod ga jij doen?



EXTRA KLANTEN TREKKEN

Welk persoonlijk bericht ga jij sturen naar degene die de shoot niet hebben gewonnen?



LES 3.7.

NIEUWSBRIEF



Stuur een nieuwsbrief zodra jij weet dat je een minishoot gaat organiseren.

Heb jij nog geen nieuwsbrief? Ga hier dan nu mee starten!

Zorg dat je e-mail adressen verzameld en ga ervoor.

Heb je nog geen aanmeldsysteem of e-mail marketing systeem? Geen probleem. Vraag in een social media post of jouw volgers jouw nieuwsbrief willen ontvangen en laat ze reageren met "Ja ik ontvang graag jouw nieuwsbrief". Stuur ze een pb waarin je vraagt om hun e-mailadres. Je hebt al even weer contact en je bent weer gezien. Door de reacties zal jouw bericht ook meer bereik krijgen.

Je kunt ook bestaande klanten mailen met de vraag of zij voortaan een nieuwsbrief willen ontvangen. Geef wel aan dat zij een speciaal aanbod altijd als eerste te horen krijgen.

Hou de e-mail adressen bij in bijvoorbeeld word of excel zodat je makkelijk alle e-mailadressen kunt kopiëren en vervolgens kunt plakken in je mail. Zorg wel dat je de mailadressen áltijd in BBC zet en NIET in CC. Je wilt graag dat de privacy van jouw klanten gewaarborgd blijft.

Je kunt volgers vragen zich in te schrijven voor de nieuwsbrief zodat zij als eerste op de hoogte gehouden worden van nieuws en nieuwe minishoots. Zij krijgen dan altijd als eerste de mogelijkheid om zich aan te melden. De klant voelt zich hierdoor speciaal. Zij zijn al door de know-like-trust fase en dus een warme lead.

LES 3.7.

NIEUWSBRIEF



De kans dat een nieuwsbrieflezer zich aanmeld voor een minishoot is groot.

Vergeet ook niet bij iedere aanmelding van een shoot te vragen of de klant zich wil inschrijven voor de nieuwsbrief!

Bij een minishoot is één van mijn voorwaarden dat ze zich inschrijven voor de nieuwsbrief en dat ze akkoord geven voor het gebruik van de foto's voor marketingdoeleinden. Ik weet dat dit niet helemaal correct is en van de wet niet mag. Maar iedereen kan zich direct uitschrijven voor de nieuwsbrief en als ze echt niet willen dat de foto's gebruikt worden dan melden de klanten zich wel bij jou. Zelf maak ik hier dan uiteraard geen punt van.

Op deze manier kun jij snel jouw nieuwsbriefbestand laten groeien.



Opdracht:

Heb jij al een nieuwsbrief bestand? Stel een mail op naar jouw nieuwsbrieflezers. Heb je nog geen nieuwsbrief bestand? Mail jouw bestaande klanten of plaats een bericht op jouw socials. En zorg uiteraard dat er op jouw website ingeschreven kan worden op de nieuwsbrief door er een formuliertje op te plaatsen.

NIEUWSBRIEF

Heb jij al een nieuwsbrief bestand? Stel een mail op naar jouw nieuwsbrieflezers.



NIEUWSBRIEF

Heb je nog geen nieuwsbrief bestand?

Hoe ga je dit aanpakken? Ga jij jouw bestaande klanten vragen of ze zich in willen schrijven voor een nieuwsbrief of plaats een jij bericht op jouw socials. Schrijf het hier voor jezelf uit.

Maak een formulier op jouw website voor het inschrijven op jouw nieuwsbrief. Kun je dit zelf of heb je daar hulp bij nodig?

LES 4.1.

SAMENWERKING MET EEN PLAATSELIJKE ONDERNEMER



Kijk of vraag eens rond wie er met jou wil samenwerken.

Misschien zijn er wel ondernemers die het tof vinden om samen iets te organiseren.

Of wellicht zijn er klanten die een leuk idee hebben en dit samen met jou willen organiseren.



Neem bijvoorbeeld deze unicorn special. Een klant van mij kwam met dit idee en samen hebben we er een hele toffe shootdag van gemaakt. Met een pony, twee veulentjes en een prachtige huifkar.

Samen met haar dochter heb ik een portfolioshoot gedaan en als dank kregen zij van mij alle foto's en een prachtige canvas die zij zelf uit mochten zoeken.

Opdracht:

Vraag aan jouw klanten of zij een leuk idee hebben of benader een lokale ondernemer voor samenwerking.

SAMENWERKING

Welke klanten zou jij kunnen benaderen of zij een leuk idee hebben of welke (lokale) ondernemer kun jij benaderen voor samenwerking.?



LES 4.2.

BEPAAL WELKE MINISHOOT JE GAAT ORGANISEREN



Jij hebt nu heel veel informatie van mij ontvangen en informatie verzameld die voor jou van belang zijn.

Het is nu écht tijd om te gaan starten! Spring in het diepe er ga ervoor!

Van achterover leunen en wachten of het op je af komt heeft nog nooit iemand iets bereikt. Dus ga aan de slag!

Opdracht:

- Bepaal welke minishoot of special jij als eerste gaat organiseren
- Wie wordt hierbij jouw doelgroep



EERSTE MINISHOOT

Welke minishoot ga jij als eerste organiseren? En misschien wil je er al meer opschrijven?



LES 4.3.

HOUD HET SIMPEL



Fotografen zijn vaak creatief en bedenken hele ingewikkelde settings voor een shoot. Probeer het simpel te houden.

Zeker de eerste keer.

Ga niet heel veel geld investeren in een setting. Je weet immers nooit of het aanslaat. En dan zit je met grote uitgaven en brengt het niks op. Dat zou jammer zijn.

In het geval van deze foto is een stoeltje al genoeg. Maar je kunt ook zonder attributen in de studio en ook buiten prachtige foto's maken en een aardige galerij opleveren.



Opdracht:

Bedenk een setting voor jouw eerste special en werk deze uit.

SETTING

Wat wordt de setting voor jouw eerst minishoot/special? Werk deze hieronder uit.

Welke spullen, waar ga je de spullen kopen, wat kost het?

Teken uit hoe het eruit moet gaan zien,



LES 4.4.

MAAK CONTENT DMV EEN PROEFSHOOT



Heb jij nog nooit een minishoot of special georganiseerd? Dan heb je waarschijnlijk nog geen content die je kunt delen.

Misschien heb je materiaal uit een gewone shoot die je kunt en mag gebruiken. Dan kun je dat uiteraard doen.

Heb je nog helemaal niks doe dan een oproep op jouw socials voor een model of modellen. Je krijgt dan gelijk al bereik en jouw volgers weten dat je iets leuks van plan bent.

Bepaal zelf je model en geef ze duidelijke instructies wat je van ze verwacht. Bijvoorbeeld kleding, geen plaktattoos, geen halve nagellakjes etc.

Er is niets zo vervelend dan dat je een model voor je lens hebt staan en later blijkt dat de foto's toch niet zijn zoals jij ze had verwacht.



Opdracht:

Maak portfolio materiaal voor jouw eerste special.

PORTFOLIO

Hoe ga jij mensen benaderen voor portfolio? Benader deze mensen en plan jouw eerste portfolioshoot.



LES 4.5.

BIJHOUDEN TIJDENS EEN SHOOTDAG



Tijdens een shootdag zijn er verschillende manieren om bij te houden wie op welk moment op de foto is geweest:

Zelf kan ik goed gezichten onthouden en weet dan welke klant bij welke naam hoort. Maar ben je bang dat je dit niet meer weet zodra je de beelden op je PC zet? Denk kun jij één van de volgende manieren gebruiken:

1. Print een lijst met namen op volgorde van shoot en zet achter de naam het nummer van de eerste foto die je van deze klant hebt gemaakt
2. Schrijf de naam van de klant op een A4 en maak de eerste foto van de klant met het A4 in de handen
3. Maak na iedere klant een "zwarte" foto zodat je weet dat er een nieuwe klant komt

Opdracht:

Op welke manier ga jij bijhouden welke klant(en) bij welke foto('s) hoort?



ORDE IN DE CHAOS

Op welke manier ga jij bijhouden welke klant(en) bij welke foto('s) hoort?



LES 4.6.

ZORG VOOR GOEDE SYSTEMEN



Zorg dat je voor zowel de aanmelding, de bewerking en aflevering goede systemen hebt. Dit vergemakkelijkt jouw workflow en zorgt ervoor dat alles gestroomlijnd verloopt.

Als Studiomanagement superuser gebruik ik, voor de aanmeldingen en het afleveren van de foto's, Studiomanagement.

Studiomanagement is te uitgebreid om hier uit te leggen wat het allemaal inhoudt, maar voor het boeken van (mini)shoots gebruik ik hierin het volgende:

- Datumprikker
- Aanmeldformulier + iDeal betaling
- Workflow (geautomatiseerde mails en to-do lijsten voor mezelf)
- Gallerij
- Shop kan ook gebruikt worden (deze gebruik ik zelf niet)

Er zijn ook gratis systemen te krijgen zoals pixieset voor het afleveren van je foto's en diverse datumprinters. Als je googelt kom je er verschillende tegen. Het voordeel van Studiomanagement is dat je alles op 1 plek hebt bij iedere klant. Zelfs het mailcontact loop via dit systeem.

(Wil je het eens uitproberen? Met de affiliate code NICKYHEINNE ontvang jij de eerst maand gratis en daarna het eerste jaar met 50% korting.)

LES 4.6.

ZORG VOOR GOEDE SYSTEMEN



Voor het uitzoeken en de nabewerking van de foto's gebruik ik alleen Lightroom. Lightroom is voor mij de makkelijkste en snelste manier om foto's uit te zoeken en te bewerken.



Per minishoot kost het mij maximaal 15 minuten om ze uit te zoeken, te bewerken en de foto's af te leveren.

Een vereiste is uiteraard wel dat je een snelle pc/laptop hebt.

Opdracht:

Schrijf op welke systemen jij hebt en wilt gaan gebruiken voor jouw minishoots

SYSTEMEN

Bescrijf welke systemen jij wilt gaan gebruiken. Heb je deze systemen al of wil je die nog aan gaan schaffen?

Wil je nieuwe systemen aanschaffen bedenk dan goed of je het geld van de investering eruit gaat halen.



LES 4.7.

BLIJF JE ONTWIKKELEN



Om te kunnen groeien met jouw bedrijf om misschien wel om van je hobby daadwerkelijk ondernemer te worden maar ook om te groeien als persoon, is het belangrijk om te blijven ontwikkelen.

Probeer nieuwe dingen uit, volg trainingen, zorg dat je inzicht hebt in jouw cijfers.

Dat laatste vind ik erg belangrijk. Hou bij hoeveel uren en geld je hebt besteed aan een minishoot en wat het je heeft opgebracht. Erg interessant om te weten zodat je weet dat je het volgende keer anders moet doen of dat je juist op de goede weg zit.

In het hoofdstuk bonussen zit een Excel “Opbrengsten-kosten minishoots” waarmee je dit heel makkelijk kunt bijhouden.

Opdracht:

Schrijf op waarin jij jezelf nog wilt ontwikkelen



ONTWIKKELING

*Schrijf op waar jij je het komende jaar in wilt gaan ontwikkelen.
Dit kan op verschillende vlakken zijn, fotografie, nabewerking of
b.v. ondernemen*



LES 5.1.

PAKKETTEN AANBIEDEN



Wat ga jij aanbieden? Heb je daar al over nagedacht?

Klanten vinden het fijn dat ze niet teveel keuze hebben. Het liefst hebben ze dat jij de keuze voor ze maakt.

Je kent het misschien wel: De fotograaf in de supermarkt. Je mag gratis, of voor een klein bedrag, je kinderen op de foto laten zetten. Zodra de foto's klaar zijn mag je ze in de supermarkt komen bekijken en staan er gelijk wat pakketten voor je klaar. Afdrukken, canvas etc. Het zijn jouw kinderen of huisdier die op de foto staan, dus je vindt het allemaal prachtig.

Wat doe je? Je laat het niet liggen maar je kiest toch altijd voor een pakket. Want ja... 1 foto afnemen is relatief duur.

Met dit in het achterhoofd kun jij zelf ook pakketten gaan samenstellen. Pakketten met alleen digitale bestanden, alleen afdrukken/wanddecoraties of een combinatie daarvan. Maak de prijzen zodanig dat je klant altijd geneigd is om meer af te nemen dan één enkele foto.

Opdracht:

Stel jouw pakket(ten) samen

PAKKETTEN

Stel jouw pakket(ten) samen en schrijf ze hieronder uit voor jezelf.



LES 5.2.

EXTRA'S AANBIEDEN



Naast het aanbieden van pakketten kun je ook een minishoot abonnement aanbieden, exclusief voor jouw klanten.

Denk aan 4 minishoots in 1 jaar voor de prijs van 3.

Zorg dan wel dat jij het duurste pakket aanbied. Je weet dan van tevoren dat deze klant 4x per jaar terug gaat komen en dat zij in elk geval het grootste pakket bij je afnemen. Dat is wel 1 gratis shoot waard toch?

Dit is leuk voor je klant maar ook leuk voor jezelf om een band op te bouwen met jouw klant.

Opdracht:

Denk er eens over na, zou je dit aan willen bieden en hoe zou je dit aan willen bieden?



EXTRA'S

Zou jij iets extra's willen bieden? Zo ja, wat zou dat zijn?

