

Website

CHECKLIST VOOR KUNSTENAARS

JE WEBSITE IS JE PERSOONLIJKE GALERIJ,
HIER KAN JIJ ALLES BEPALEN.



WWW.DEKUNSTACADEMIE.COM



Hi kunstenaar,

Super tof dat je beslist hebt om deze checklist te downloaden! Dat betekent dat jij jezelf en je kunst serieus neemt en met meer mensen wil delen. Zoals je wellicht al weet droom ik van een wereld waar meer mensen doen waar ze echt gelukkig van worden. Dank je wel om mee deze droom waar te maken.

Je zal in deze checklist geen advies vinden over de beste software voor je website. Er bestaan momenteel ontzettend veel systemen en elk heeft zijn voor- en nadelen. Ik ben zelf fan van Wordpress maar dit vraagt best wat technische kennis en dat is misschien niet jouw ding.

Ik zou je aanraden een systeem te zoeken waarmee je zelf kan werken en makkelijk updates kan toevoegen. Met een duidelijke website die up to date is zal je makkelijker opportuniteiten aantrekken en zien bezoekers dat je jezelf en je werk serieus neemt.

Ik zie een website voor kunstenaars als een persoonlijke galerij. De plek waar jij je kunst een podium kan geven en je verhaal vertellen. Social media daarentegen is meer zoals een atelier, een plek om te spelen en creatief te zijn...

Luister naar aflevering 3 van de podcast voor tips om social media in te zetten als kunstenaar.

Heb je vragen? Stuur een mailtje naar kathleen@dekunstacademie.com.

Ik help je met plezier verder.

Creatieve groeten,
Kathleen Steegmans

Basis principes van een goede website

- Denk bij de opbouw van je website aan de witte muren van een galerij of museum.
- KISS: Keep It Simple & Stupid: hou het eenvoudig! Toeters en bellen nemen de aandacht weg van je kunst.
- Zorg dat geïnteresseerden hun gegevens kunnen achterlaten op een e-mail lijst.
- Zorg dat je website ook mobiel goed werkt.
- Gebruik Google-vriendelijke termen in je titels, pagina- en afbeeldingsnamen.
- Gebruik kwaliteitsvolle afbeeldingen.
- Zorg voor duidelijke CTA's (Call To Action) > Stuur je bezoekers
- Houd in gedachten voor wie je website bedoeld is: je ideale klant. Wat wil hij/zij zien, weten, lezen, ...

HOME PAGE

- Op het eerste zicht: wat doe je, wie ben je en wie is je klant.
- Visuele voorstelling, eerste indruk van je werk.
- Mogelijkheid tot inschrijven voor je e-maillijst.
- Voorstel tot 'een volgende stap' > Call To Action (button naar portfolio/shop/ ...)
- In de header of footer: social media icoontjes & contact gegevens.
(check de icoontjes, je wil niet weten hoeveel icoontjes NIET werken. :)

ABOUT ME / BIO

- Trek de aandacht door je verzamelaars uit te nodigen in jouw wereld.
- Minstens één foto van jezelf. Bezoekers willen weten wie maakt wat ze zien.
- Vermeld je artist statement (over je werk) + bio (over jezelf).
- Voeg je cv toe of een link ernaar (update regelmatig).
- Als je vertegenwoordigd wordt door een galerie, zeg het dan!
- Voeg getuigenissen toe van tevreden kopers.
- Eindig met een link of button om je werk te bekijken of contact met je op te nemen (CTA).

KUNSTWERKEN / PORTFOLIO

- Selecteer je beste werk (als je verschillende genres hebt of verschillende media gebruikt, presenteer ze dan afzonderlijk)
- Zorg dat bij elk werk de titel, medium en formaat vermeld staat.
- Organiseer je werk op datum, serie of in groepen met gerelateerde werken.
- Geef een korte beschrijving / uitleg voor elk werk. Dit helpt mensen om te connecteren met het werk.
- Vermeld je prijzen als je direct verkoopt.
- Eindig met een uitnodiging (link) om te kopen of om contact met op te nemen (maak het gemakkelijk).

Website Checklist

CONTACT

- Maak een duidelijke uitnodiging om met je in contact te komen.
- Vermeld je contact gegevens (bedrijfsgegevens zijn verplicht als je een btw nummer hebt!).
- Vermeld altijd je email adres; ook als je een formulier hebt. Niet iedereen gebruikt graag een formulier en formulieren kunnen al eens vastlopen.
- Plaats een oproep om in te schrijven voor je e-mail lijst.
- Plaats icoontjes naar al je sociale media kanalen.

MOGELIJKE ANDERE PAGINA'S

- Tentoonstellingen / events / nieuws pagina.
- Media pagina: downloadable bio, hoge resolutie foto('s), persknipsels, persberichten en eventueel onderwerpen waarover je wil spreken.
- Blog. (helpt met de vindbaarheid van je website)
- Video pagina. (zorgt ervoor dat mensen langer op je website blijven en dat is ook weer goed voor je Google resultaten. Je kan de beste video's die je maakt voor social media hier delen.
- Veelgestelde vragen pagina. Bijvoorbeeld: hoe kunnen mensen kopen. Doe je commissies en zo ja, hoe gaat dat in zijn werk? Kan je werk op andere locaties gezien worden? Enz... Maak het makkelijk voor je bezoekers.
- Andere producten / diensten die je aanbiedt
- Een webshop: indien je van plan bent hier marketing voor te voeren: een webshop zonder promo verkoopt in het algemeen bijzonder weinig.

VERGEET NIET:

Je krijgt maar één kans om een eerste indruk te maken.

Website Checklist

LIVE WORKSHOP IN ANTWERPEN

Leer in 1 dag video's maken met je smartphone

Leer stap voor stap korte video's filmen, monteren & publiceren op social media.

- Welk soort video's kan je maken?
- Tips voor video opnames – Hoe maak je boeiende beelden?
- Welke apps kan je gebruiken?
- Monteren op je smartphone (clips samenvoegen, muziek, tekst, ondertitels toevoegen)
- Hoe zorg je ervoor dat je video's interessant zijn?
- Exporteer je video voor verschillende social media kanalen
- Theorie afgewisseld met oefeningen

Aan het einde van de dag weet je waar je op moet letten bij het filmen en hoe je jouw beelden kan monteren zodat je video's in het oog springen.

[KLIK HIER VOOR MEER INFO](#)

