

HEM
EM

art productions

Scoor als model
met
je website
!

Cover:

Model: Jetje (www.tekenmodel.com)
Fotograaf: Nicolaas/S

Dit is een gratis publicatie van Em-Ha-Em Art productions die onbeperkt in zijn geheel gekopieerd en verspreid mag worden met in acht name van het copyright.

Versie 1.00, september 2005

Aansprakelijkheid

Zowel de auteur(s) als de uitgevers kunnen niet aansprakelijk worden gesteld, in welke vorm dan ook, voor enige vorm van direct of indirect geleden schade, veroorzaakt door het opvolgen van ideeën of adviezen uit dit boek.

© Copyright Em-Ha-Em Art Productions 2010

De in deze brochure afgebeelde gegevens, waaronder begrepen teksten, foto's, illustraties, grafisch materiaal, (handels)namen, logo's, waren- en dienstmerken, zijn eigendom van EM-HA-EM-Art Productions en worden beschermd door auteursrecht, merkenrecht en/of enig ander intellectueel eigendomsrecht. De hiervoor genoemde rechten gaan op geen enkele wijze over op (rechts)personen die dit boek hebben gekocht of anderszins hebben verkregen

Dit boek mag in deze PDF vorm onbeperkt worden gekopieerd en verspreid, mits het als een geheel in tact blijft en niets wordt veranderd of weggelaten.

Geen gedeelte uit deze publicatie mag worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door foto-afdrukken, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van Em-Ha-Em Art Productions.

INLEIDING

Je bent model en wilt een website. Logisch, veel modellen presenteren zich op een of andere manier via internet. In deze publicatie lees je hoe je een website kunt (laten) maken waar je mee scoort, dus opdrachten binnenhaalt.

Of je hebt al een website en je wilt er meer mee doen of er meer rendement mee binnenhalen. Ook dan haal je waarschijnlijk nog wel een aantal nuttige tips uit dit boekje.

Er wordt gekeken naar je –BELANGRIJKE- voorbereiding, hoe je een webbouwer selecteert, wat er op je site kan en moet, maar ook zeker wat er niet op moet.

We spreken in de titel van deze brochure over "haar". Natuurlijk zijn er mannelijke modellen waar dit verhaal even goed voor geldt. Maar om het leesbaar te houden, en toch het grootste deel van de modellen vrouwelijk is, spreken we in deze publicatie vooral over "haar"

JE VOORBEREIDING.

Voor je zelfs maar gaat beginnen moet je jezelf een aantal vragen stellen, en de antwoorden voor jezelf op een rijtje hebben.

Denk daarbij minimaal goed na over het volgende:

WAT IS HET DOEL VAN JE WEBSITE?

Dat is de eerste vraag die je jezelf moet stellen. Is het voor een hobby of wil je er iets serieus mee doen? In het eerste geval maakt het eigenlijk allemaal niet veel uit wat je doet en wat voor hulpmiddelen je gebruikt. Dit boekje is dan ook eigenlijk niet voor jou bedoeld. Maar, doe er natuurlijk verder je voordeel mee.

De meeste sites waar je "je gratis portfolio" neer mag zetten zijn vooral bedoeld voor modellen die het werk uitsluitend als hobby doen. Dat is bekend, en verwacht dus niet dat iemand die op zoek is naar een model voor een betaalde opdracht –fotograaf, modellenbureau etc – op deze sites zal gaan zoeken. Maar als je dat weet is er niets mis mee. Maar geef jezelf hiermee geen valse hoop. Uitzonderingen zijn er natuurlijk ook. Zo zijn de gratis, of liever gesponsorde sites van Mainportart (www.mainportart.nl) een uitzondering omdat ook fotografen en kunstenaars hier hun portfolio onderbrengen. Met nog een aantal toegevoegde functies heb je de garantie dat je potfolio vaak bekeken zal worden.

Maar als je een website echt serieus wilt gaan gebruiken, dan wordt het een heel ander verhaal. Dan dient je website om je product –dus jijzelf als model- te

"verkopen" en te promoten. Je website moet opdrachten - en liefst goed betaalde - voor je binnen gaan halen.

In deze brochure gaan we ervan uit dat het jouw doel is om met deze website verder te komen in het modellenvak. Maar houdt altijd één ding in de gaten:

Besteed je geld liever aan de ontwikkeling van jezelf als model dan aan je website want er is nog nooit een model door een opdrachtgever, modellenbureau of fotograaf geselecteerd vanwege haar fantastische website!

Maar goed, we willen toch opvallen, want er zijn nog veel te veel anderen die op de loer liggen. Een voorname vraag is dus:

HOE GA IK ERUIT SPRINGEN?

Er zijn vele duizenden –al dan niet serieuze- modellen, waarvan de meeste een website hebben. Dat betekent heel eenvoudig dat je **op moet vallen**. Je moet er uit springen. Zet daarom eerst eens op een rijtje

- ✓ Wat nu precies jouw sterke punten zijn.
- ✓ Waarom moet een fotograaf of een opdrachtgever juist jou nemen?
- ✓ Waarom ben jij daar beter voor geschikt dan een ander?

Bedenk dat als je zelf het antwoord op deze vragen niet hebt, iemand anders ze beslist ook niet heeft en ook niet zal krijgen. Zet ze dus op papier en houdt ze vast!

HOEVEEL TIJD HEB IK ERVOOR OVER?

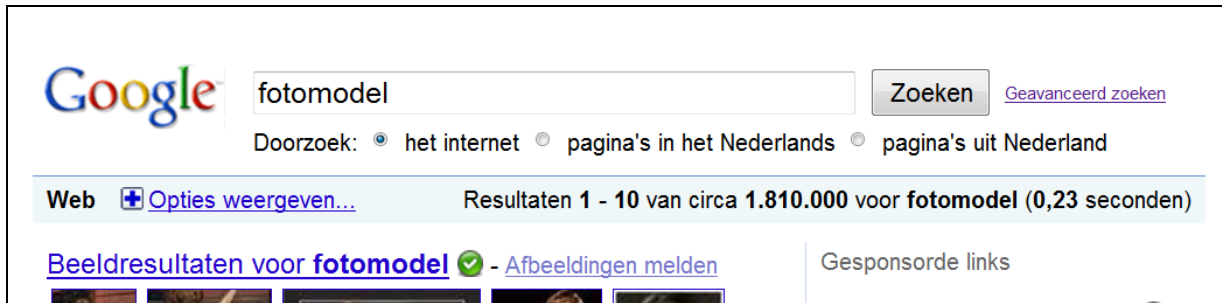
Zowel het maken als het bijhouden van een website kost tijd. Soms zelfs veel tijd. Foto's van nieuwe shoots moeten op maat gemaakt worden, soms moeten foto's van papier of film ingescand worden, er moeten nieuwe pagina's voor gemaakt worden. Naar deze nieuwe pagina's moet weer verwezen worden enzovoort, enzovoort. Heb je er zaken als gastenboeken, forums etc op dan kost dat nog weer extra tijd. Een website moet verkeer trekken. Hoe je dat moet regelen is al helemaal een verhaal apart, dat ook ver buiten het bereik van dit boekje valt.

Wees eerlijk tegenover jezelf en schat zo goed mogelijk in hoeveel tijd je aan je website, het promoten en het onderhoud ervan kunt en wilt besteden. Dat is heel belangrijk voor de volgende stappen die je gaat nemen.

WAAR GA IK MIJN WEBSITE PROMOTEN?

Zoekmachines

Vergeet het maar dat je bij de grote zoekmachines als Yahoo, Google, MSN etc een plaats bij de eerste 500 krijgt. Er zijn vele tienduizenden voor je, en het is vrijwel onmogelijk om je daar een plaats in te bevechten. **Dat moet dus anders.**



Portalsites

Je moet je inschrijven bij portalsites (dat zijn sites die uitsluitend uit links bestaan zoals de bekende 'startpagina' serie) , veel schrijven op forums etc waarbij je duidelijk je website vermeldt etc. Kijk ook eens naar de mogelijkheden van advertentiesites als Speurders.nl, marktplaats.nl en bijvoorbeeld de lijst die je verderop in dit boekje vindt.

Links uitwisselen

Een andere goede manier is het onderling uitwisselen van links, maar doe dat **bij voorkeur niet met je directe concurrenten!**

Ben je een blond vrouwelijk model? Wissel dan links uit met duidelijk zwartharige modellen. Of met een meisje met een donkere huid. Of, helemaal mooi, met een mannelijk model. Dat is zeker geen concurrent!. Maar ga geen verwijzingen uitwisselen met iemand die er vrijwel hetzelfde uitziet als jijzelf. Er is een grote kans dat je dan niet jezelf maar die ander zit te promoten.

En natuurlijk hebben we de links naar fotografen, stylisten, visagisten etc, waar jij al mee gewerkt hebt.

WE GAAN EEN WEBSITE BOUWEN

Doe ik het zelf of laat ik het doen?

Heb je zelf de kennis om een site te maken zelf in huis? Zo niet, dan gaat het aanleren van die kennis je de nodige tijd kosten. Ook zal het aanzienlijk langer duren voor je online bent. Niets is irriterender dan een "**website under construction**" melding of een site waar het feit dat hij nog niet klaar is van alle kanten vanaf druipt. Als je het laat doen, gaat het in algemeen een stuk sneller en professioneler, maar daar staan kosten tegenover.

Zelf doen?

Zelf doen kan wel heel leuk en heel bevredigend zijn, maar gun dan jezelf wel een flink stukje tijd om alles te realiseren. Als je er een einddatum aan gaat hangen kan het een flink gestrest gebeuren worden, en daar zitten we niet op te wachten.

Waar let je op als je het maken uitbesteed?

Er zijn vele bedrijven en bedrijfjes die een website voor je kunnen maken, om nog maar te zwijgen van de vele –vaak niet slechte- beunhaasjes. De volgende checklist kan je helpen om een beetje door te krijgen met wie of wat je van doen hebt.

- ✓ Is het een echt bedrijf of iemand die het er even bij doet? Dit kun je heel gemakkelijk controleren via de Kamer van Koophandel. Ga op www.kvk.nl naar [handelsregister] en zoek op zijn naam of adres. Bestaat hij niet? Dan is het in elk geval geen echt bedrijf. Hoeft niet verkeerd te zijn, is afhankelijk van hoe men zich presenteerde.
- ✓ Kan betrokkene voorbeelden van eerder gemaakte sites laten zien?
- ✓ Zijn die voorbeelden goed toegankelijk?
- ✓ Is het direct volledig duidelijk hoe je verder komt naar de andere onderwerpen op de website?
- ✓ Spreken gebruikte opbouw en kleuren in de voorbeelden je aan en waarom is juist hiervoor gekozen?
- ✓ Is er een –goedkope- mogelijkheid van een standaardoplossing of is het altijd maatwerk? Maatwerk is heel mooi maar vaak erg duur.
- ✓ Wie wordt eigenaar van de gemaakte site? Vaak is dat de bouwer. Kijk een contract of leveringsvoorwaarden daar heel goed op na! Je kunt erdoor met handen en voeten gebonden worden aan een bedrijf, bijvoorbeeld voor het onderhoud van je site.
- ✓ Gooit de bouwer erg met dure kretelologie om vooral zichzelf te imponeren? Dat is meestal een heel slecht teken. Hoe minder bombarie, hoe beter het is. Een vakman hoeft zich niet op die manier te bewijzen, maar zal juist alles zo gewoon mogelijk uit proberen te leggen.
- ✓ Krijg je zelf een kopie van de website als je dat wilt?

- ✓ Krijg je de benodigde inlogcodes en passwords om zelf (of iemand anders) de site bij te laten werken als je de samenwerking wilt beëindigen?
- ✓ Kun je zelf wijzigingen aanbrengen of laten aanbrengen? Bedenk dat de meeste kleine bedrijfjes die met webbouw werken meestal vrij snel de geest geven. Het zou wel erg jammer zijn als jouw website dan met hen mee ten onder ging.
- ✓ Gebruiken ze simpele programma's of wordt er exotische software voor de bouw van de site gebruikt? Dat laatste is misschien niet altijd even gemakkelijk voor je te controleren, maar vraag gewoon een lijstje van de software die nodig is om jouw site zelf te onderhouden en zo nodig te wijzigen. Dat geeft al een aardige indicatie.
- ✓ In algemeen geldt: **Hoe fraaier en meer grafisch een site eruit ziet, hoe slechter hij door zoekmachines te vinden is.** Er zijn natuurlijk altijd uitzonderingen maar meestal gaat het wel op.

WAAROP LETTEN ALS JE HET ZELF DOET?

Je moet allereerst geschikte software hebben. Bijvoorbeeld Frontpage, Dreamweaver, coffeecup of een van de vele HTML editors die gratis op internet rondzwerven.

Vaak voor weinig geld in een shareware (uitprobeer) versie, en soms zelfs helemaal gratis, als Freeware.

Ga nooit aan de gang met een illegale kopie van merksoftware.

Vrijwel altijd is (door specialisten, niet door jou) te zien waar je site mee gemaakt is, en de opsporingsdienst voor illegale software is uitermate actief op internet. Een paar honderd euro boete heb je zo te pakken. Het is onnodig en riskant. Gebruik liever een echt gratis pakket.

Ook dien je software te hebben om foto's geschikt te maken voor internet. Foto's op internet mogen niet te groot zijn in verband met de laadtijd, maar je kunt ze ook niet onbeperkt verkleinen want dan loopt de kwaliteit veel te ver terug. Voor wat betreft de software geldt hetzelfde: Zoek eens wat rond, en je vindt beslist de nodige goedkope of gratis programma's om met je foto's te werken.

Een heel goed voorbeeld van een sterk, en ook nog gratis programma om met foto's te werken is "The Gimp". Absoluut aan te raden.

Voor simpeler vormen van fotobewerking kun je ook eens kijken bij het programma "picasa" dat gratis via Google te krijgen is.

Ook het programma "irfanview" kan veel op het gebied van foto's. Je vindt het op <http://www.irfanview.com/>

Een fotoviewer met veel uitbreidingsmogelijkheden, alsmede nog wat andere programma's, bijvoorbeeld om het formaat van foto's te veranderen vind je op <http://www.faststone.org>

Snel even de huid op wat foto's bijwerken doe je met CleanSkinFX dat je kunt ophalen op <http://www.mediachance.com/digicam/cleanskin.htm>

DOMEINNAAM.

Om vindbaar te zijn heb je een domeinnaam nodig, ofwel een URL. Die zijn tegen betaling te krijgen (tussen de 10 en 20 euro voor een .NL of .COM naam) en gratis.

Of je een .NL of een .COM neemt maakt op zich niet echt veel uit. Wil je internationaal werken, neem dan een .com. Wel zullen veel mensen er van uitgaan dat je als Nederlander een .NL hebt. Als ze dat standaard intikken dan wordt je .COM site niet gevonden. De oplossing? Neem gewoon een .NL site en laat er een extra .COM naar verwijzen. Via bijvoorbeeld www.namezero.com of www.domeinbalie.nl maak je voor een paar centen een extra .COM domeinnaam aan.

De genoemde gratis URL's zijn vaak te herkennen aan de .TK aan het einde, of een extra punt ergens middenin de naam. Je ziet dan een naam als WWW.MINA.SUPERMODELLEN.NL. Dat betekent eigenlijk dat MINA wat (meestal gratis) ruimte op de website van Supermodellen heeft gekregen maar dus niet echt over een eigen internetnaam beschikt. Erger is dat zoekmachines als Google deze .TK en andere gratis namen volkomen negeren en dat je toch al kleine kans om gevonden te worden nog kleiner wordt.

Probeer ook met je URL een volwassen en professionele indruk te geven. Investeer die paar euro voor een echte domeinnaam. Als je er een betaalde fotoshoot aan over houdt heb je de kosten er al dik uit,

Een ander aspect is de herkenbaarheid. Veel mensen, - en niet te vergeten bedrijven - gaan ervan uit dat iedereen ze wel kent. En zetten dus hun eigen naam in hun domeinnamen. Modellen zijn net mensen, en maken daarom vaak dezelfde fouten.

Stel dat je Fleurtje de Boer heet, en dat je website uit moet stralen dat je fotomodel bent. Je werkt ook altijd onder de naam Fleurtje.

Dan kun je allerlei varianten bedenken:

www.fleurtjedeboer.nl

www.fleurtje-de-boer.nl
www.fleurtje de boer.nl

Als iemand nu gaat zoeken naar Fleurtje, dan heeft hij slechts een minimale kans haar te vinden. De eerste variant, alles aan elkaar, wordt slecht door zoekmachines als Google herkend. Die pakt alleen het hele woord en ziet meestal niet dat Fleurtje daar deel van uit maakt.

Maar bij de anderen zijn weer spellingsvarianten mogelijk. Dat is dus ook lastig.

Laten we daarom nog eens teruggaan naar het doel, namelijk uitdrukken dat het hier het fotomodel fleurtje betreft.

En stel nu eens dat we gaan voor www.fotomodel-fleurtje.nl

Dan hebben we een domeinnaam die aangeeft dat het hier een fotomodel betreft, en die aangeeft dat het Fleurtje betreft. Zouden we met Google naar Fotomodel en Fleurtje gaan zoeken dan is de kans heel groot dat ze in de top 3 staat.

Ook als iemand gewoon een 'fotomodel' gaat zoeken is de kans al groot dat je gevonden wordt. En hoe meer verkeer op je website, hoe groter de kans op een opdracht, nietwaar?

Kortom, kies niet te snel gewoon voor je naam, meestal werkt dat aan geen kanten. Denk eerst eens rustig na waarop je gezocht, en vooral gevonden wilt gaan worden.

Bijvoorbeeld bij de (gratis) domeinnamen van Mainportart zou fleurtje <http://Fotomodel-fleurtje.exposeert.com> gaan heten. Daarmee is aan alle eisen voldaan.

TECHNISCH ONTWERP VAN JE SITE.

Bij het ontwerpen van een website gelden ook nog wel de nodige zaken:

- ✓ Als je pagina niet binnen 9 seconden volledig geladen is, is de bezoeker waarschijnlijk al weer foetsie. 9 seconden is de maximale wachttijd van de gemiddelde surfer, blijkt uit onderzoek.. Alleen bekenden blijven langer hangen maar zullen wel gaan klagen over de laadtijd.

- ✓ Wil je toch absoluut een animatie op je homepage, zorg dan **ALTIJD** voor een zogenaamde "skip intro" toets waarmee men voorbij je mooie animatie kunt springen. Onderzoek naar surfgedrag op internet in de USA heeft aangetoond dat 95% (!) van de mensen deze "skip intro" gebruiken. Steek dus niet teveel geld en moeite in een dure animatie en reken er maar op dat het ontbreken van een "skip intro " meteen al tot enige irritatie zal leiden.
- ✓ De lay-out moet direct duidelijk maken wat er te vinden is, en wat je te bieden hebt. Ook hier geldt een maximale zoektijd van enkele seconden.
- ✓ Zorg altijd voor een portretfoto op de homepage. De bezoeker wil direct weten wat hij voor vlees in de kuip heeft. Vertel je dat niet, dan is hij of zij zo weer weg.
- ✓ Maakt het altijd heel duidelijk hoe de navigatie werkt. Maak links en andere plaatsen waar je kunt klikken goed zichtbaar. Ga er niet vanuit de men wel net zo lang over je fraaie grafische pagina zal gaan wandelen tot de cursor in het bekende "handje" verandert.

JEZELF 'VERKOPEN'.

Het klinkt wat onprettig, maar het belangrijkste dat je als model moet leren is om jezelf te 'verkopen'. Je website moet dat 'verkoopproces' natuurlijk volledig ondersteunen. Maar daar zijn wel een aantal richtlijnen voor.

Internet is ontzettend onpersoonlijk. Doorbreek dat.

Kweek een band met je bezoeker door hem/haar wat over jezelf te vertellen, wat verhalen van vroeger, wat je voor werk gedaan hebt en nog doet, je opleidingen, hobby's, je ambities etc. En vandaar ook die foto. Als je je erg geheimzinnig opstelt, maar je aan de andere kant wilt verkopen, dan wordt het heel erg lastig. Ga er nooit vanuit dat men die gegevens wel zal vragen als men ze hebben wil. Dat gebeurt niet, men gaat gewoon naar een ander. Zorg ervoor dat je bezoeker juist jou wil hebben. Je hebt gewoon veel te veel concurrentie om dat niet te doen.

Wees blij met elke bezoeker

Richt je qua taalgebruik altijd direct tot je bezoeker. Laat hem merken dat je het op prijs stelt dat hij/zij op jouw website is zonder nu meteen overdreven te gaan doen.

Leef mee met je bezoeker

Denk en leef met je bezoeker mee. Probeer eens op zijn plaats te gaan zitten. Waarom komt hij juist naar jouw site? Wat wil hij daar? Wat denkt hij daar te vinden? Waarom zoekt hij dat juist bij jou? Probeer op al dat soort vragen zelf al van tevoren een antwoord te bedenken en verwerk dat in de tekst van je website.

Bezoekers herkennen dat echt wel, en het geeft je een voorsprong.

Wat bied je de professionele bezoeker?

Wat wil een fotograaf of andere opdrachtgever die op jouw site komt? Is het een beroeps, dan wil hij gewoon geld aan jou of in het gunstigste geval samen met jou verdienen. Is niets mis mee, maar gebruik het. Geef aan welke commerciële voordelen jij daarbij voor hen biedt.

Wat bied je de andere bezoekers?

Is het een hobbyfotograaf, geef hem dan het gevoel dat het voor zijn imago als fotograaf heel goed zou zijn als hij juist met jou zou werken. Vertel hem waarom dat zo is. Als je het zelf niet zou weten, wie dan wel?

Wees niet bang om dit soort dingen aan te geven. De meesten doen dat niet. Want die zijn, volgens echt Nederlands gebruik bang om zichzelf te promoten. "doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg" is ons tenslotte altijd voorgehouden.

Daarom werken de meeste sites ook niet of nauwelijks om aandacht te trekken en opdrachten te verzamelen. En daar waren ze uiteindelijk wel voor bedoeld.

Ben je gemakkelijk te bereiken?

Woont een fotograaf vlakbij? Dat is gunstig. Maar wijs ook op het feit dat je jezelf gemakkelijk kunt verplaatsen. Of geef aan hoe men gemakkelijk bij jou kan komen. Zet natuurlijk **nooit** een adres en routebeschrijving op je site, maar zorg wel dat je hem klaar hebt staan, en geef aan dat ze die krijgen als je wat verder bent.

Ook openbaar vervoer is belangrijk

Zorg ook voor de gegevens van het openbaar vervoer. Buslijnen etc. Welke halte uitgestapt moet worden. Maak het gemakkelijk om juist met jou te werken in plaats van met die ander die zoveel moeilijker te vinden en te bereiken is. Vertel wat je allemaal gaat sturen als men met jou verder wil.

Wees vrolijk en positief.

Gebruik een vrolijke schrijfstijl, en wees positief over jezelf. Negatieve punten niet teveel naar voren brengen, tenzij ze teveel in het oog lopen om ze te verzwijgen.

Probeer nadelen naar iets positiefs om te buigen. Niet van "ik vind dat ik een dikke kont heb" maar "de vrouwelijke rondingen van mijn achterwerk doen het vaak goed op foto's". Het is wat overdreven, maar je vat de bedoeling wel.

Denk aan de wijze uitspraak van Johan C: "**elk nadeel hep ze voordeel**". En zo is het maar net.

Wat bied je voor nieuws?

Veel fotografen vinden nieuwe dingen leuk. Vertel ze wat je eventueel te bieden hebt, til een tipje van de sluier op als je een leuk idee hebt, of een mooie locatie weet. Vertel nu natuurlijk nog niet wat en waar het is, maar vertel er wel iets over. Maak het spannend.

Licht alles toe.

Wijs op foto's in je portfolio met aparte kanten. Ook daar de speciale locaties, thema's etc. verder toelichten. Volsta niet met het plaatsen van de foto maar vertel ook waarom je deze foto's hier hebt geplaatst en bij voorkeur ook waar en wanneer ze gemaakt zijn. Bespreek een foto als dat kan. Vertel er een verhaaltje bij. Is er een leuke anekdote van de opname? Vertel hem.

Benadruk het bijzondere

Wijs bezoekers op bijzondere foto's en geef vooral aan wat er zo bijzonder aan is. Waarom ze origineel zijn. Ze zullen ze met meer aandacht bekijken, ook al zijn ze het er helemaal niet mee eens. Maar die extra aandacht zorgt er wel voor dat het " blijft hangen"

Presenteer jezelf

Laat zien wat je kunt. Probeer zoveel mogelijk foto's van verschillende fotografen te plaatsen waarbij de onderlinge verschillen zo groot mogelijk mogen zijn. Niet teveel van hetzelfde. Het gaat vervelen en geeft de indruk dat je verder weinig te bieden hebt.

Kijk uit met gekke kreten, vooral met typisch jargon en vakterminologie. Ga er niet vanuit dat iedere bezoeker wel automatisch zal weten wat je bedoelt. Neem desnoods een pagina met verklarende termen op.

Wees eerlijk.

Wees altijd eerlijk over je kennis en ervaring. Heb je op bepaalde gebieden of in een bepaald thema nog niet zoveel ervaring, laat dat dan altijd weten. Een beetje fotograaf zal je een kans geven als hij iets in je ziet, desnoods op TFP basis of zoiets. Het komt toch uit als je jezelf kwaliteiten gaat geven die je niet hebt, of ervaring die je niet hebt. En dan sta je compleet voor gek.

In het algemeen stellen mensen eerlijkheid en openheid wel degelijk op prijs.

De mening van anderen

Heb je leuke reacties op je foto's gehad? Laat ze zien of verwijst ernaar als ze ergens op internet staan. Het klinkt gek maar ook negatieve geluiden kun je gebruiken: Geef aan wat je ervan geleerd hebt. En het geeft ook weer aan dat je open en eerlijk bent. Heel belangrijke karaktertrekken.

Geef de bezoeker een goed gevoel.

Je bezoeker moet voor zichzelf al een gevoel hebben wat het is om juist met jou te werken. Stel hem daarom in je tekst vragen als "Hebt u al eens bij uzelf bedacht wat het zou zijn om met mij te werken?" Laat hem zijn verbeelding maar gebruiken en zijn fantasie aan het werk zetten.

Toon aan wat juist jij toevoegt

Geef altijd aan wat juist jij voor de portfolio van de fotograaf kunt toevoegen. Heb je bijzondere ogen, speciaal haar, een gekleurde huid? Wijs er altijd op in de tekst van je site en ga er nooit vanuit dat de fotograaf dat zelf wel in zal zien.

Vertel duidelijk wat je (niet) wilt

Geef ook goed aan wat je wilt. Ben je gek op bepaalde locaties? Op bepaalde kleding? Op bepaalde thema's? Vertel het! Geen fotograaf die het anders ooit zal weten, nietwaar?

Hetzelfde geldt natuurlijk voor wat je vooral niet wilt. Dat is net zo belangrijk, maar kijk wel uit dat de lijst met wat je niet wilt langer wordt dan wat je wel wilt, want dan kan het knap negatief overkomen.

Omschrijf vage termen als "glamourfotografie", "bedekt naakt" etc. die voor velerlei uitleg vatbaar zijn. Als jij ze uitlegt is het in elk geval voor iedereen duidelijk. Verwijs desnoods naar www.modellentips.nl waar al dat soort termen beschreven staan.

Lever ook een iets printbaars

Heb je al een kaart (of een A4tje) met je gegevens en een of meer kleine foto's erop? Zo'n kaart wordt vaak een SEDCARD (Of Setcard, je komt allerlei spellingsvarianten tegen) genoemd.

Zorg ervoor dat die kaart gemakkelijk op te halen is, bijvoorbeeld in een zogenaamde PDF vorm zoals dit boekje, want daar kun je ook gemakkelijk foto's aan toevoegen.

Moedig je bezoeker aan het op te halen. Allicht bewaart hij het, of laat het eens aan een collega of een opdrachtgever zien. Geef aan dat de kaart rustig aan derden gegeven mag worden. Natuurlijk staat ook je URL erop. Kijk uit met Emailadressen of (mobiele) telefoonnummers.

Vraag aanbevelingen.

Heb je al een aantal shoots gedaan? Vraag dan aan fotografen om een korte aanbeveling voor je te schrijven. Maar daar moet wel een emailadres van die fotograaf bij om het geloofwaardig te houden.

Biedt extra's

In het najaar van 2010 komt de **wegwerpportfolio** van Em-Ha-Em Art Productions op de markt. Een revolutionair concept dat elk model en elk modellenbureau aan zal spreken.

Zie <http://www.em-ha-em-art-productions.nl/wepo/>

Zorg beslist dat je een wegwerpportfolio krijgt en zet hem op je website. Het voorkomt dat je hem op moet sturen en er dus extra kosten voor moet maken.

Zo'n wegwerpportfolio gaat een lekker eigen leven leiden en maakt gratis reclame voor je waar je niets aan hoeft te doen.

Wil je op de hoogte gebracht worden wanneer dit unieke promotiemiddel voor modellen op de markt komt, stuur dan een e-mail naar info@em-ha-em-art-productions.nl en je krijgt direct bericht als ze op de markt komen.

En moedig bezoekers dus vooral aan om jouw wegwerpportfolio op te halen en verder te verspreiden.

Vermeld je fotografen in een aparte lijst.

Waarom geen lijst op je site opgenomen met de fotografen waarmee je altijd prettig hebt gewerkt? Kijk uit met een negatieve lijst, dat kan vervelende – juridische - effecten hebben, maar een positieve lijst zal niet alleen door je collega-modellen maar ook door de betreffende fotografen gewaardeerd worden.

Beschrijf kort de shoot, en verwijst naar eventuele foto's eruit die elders in je portfolio staan. En het moedigt anderen ook aan. Ieder mens, dus ook een fotograaf, staat graag goed bekend. Neem ook een verwijzing naar zijn website op.

18+

Voor de een is een (bedekte) naaktfoto iets waar ze niet moet denken, voor de ander is het een vanzelfsprekend iets. Allebei de standpunten zijn prima, doe vooral waar je je zelf lekker bij voelt. Maar geef dat wel op je site goed aan.

Als je (bedekt) naakt foto's plaatst, doe dat dan in een apart gedeelte, dat als zodanig is aangegeven. Zorg eventueel voor een aparte toegang met een password. Bijvoorbeeld via <http://WWW.BRAVENET.COM> is dat gratis te regelen en het voorkomt dat mensen met zaken geconfronteerd worden die ze niet willen zien. Als je een gratis site bij Mainportart bestelt dan is afscherming mogelijk. Beschermd email is daar standaard. Het concept is niet voor niets mede door een zeer ervaren model ontwikkeld.

CONTACTGEGEVENS;

Bedenk dat iedereen ze kan zien, ook mensen waarvan jij dat liever niet wilt. Geef enerzijds zoveel mogelijk van jezelf bloot (Niet letterlijk) maar verberg je aan de andere kant zo goed mogelijk. Geef wel een emailadres, maar maak er een –gratis- aan op Google of Yahoo. Hotmail heeft nogal wat restricties voor wat betreft ruimte en bewaartijd van berichten en is daarom niet altijd aan te raden, maar het kan natuurlijk in principe wel.

Zet nooit een telefoonnummer op je site want je krijgt gegarandeerd bellende hijgers aan de lijn. Omdat je zelf je nummer hebt gepubliceerd kun je er nog maar heel weinig aan doen ook. En leuk of niet, er lopen nu eenmaal een aantal behoorlijk gestoorde tiepjes op deze aardbodem rond en de modellenwereld staat er al helemaal bol van.

Een voordeel van een apart emailadres is ook dat het spam (niet door jou gevraagde email) voorkomt. Afhankelijk van het bedrijf waar je je site hebt staan (de internethosting) zijn er soms mogelijkheden voor het maken van een speciale emailpagina met een invulformulier. Maar dat is meestal alleen als je je site laat maken omdat dit niet altijd even gemakkelijk te realiseren is. Bij een mainportsite is dit standaard.

LINKSPAGINA

Over het grote nut van links om gevonden te worden hebben we het al gehad. Daarom is een aparte linkspagina beslist nuttig. Neem ook wat links op naar algemene sites die handig kunnen zijn voor jou en je collega-modellen. Men zal daar dan ook eerder geneigd zijn om naar jouw site te verwijzen.

Denk bijvoorbeeld aan:

- ◆ [Expos photo art, vereniging van modellen en fotografen;](#)
- ◆ [Dutchheaven.nl, ontmoetingsplaats voor modellen en fotografen;](#)
- ◆ [Fotoapparatuur.nl, vraag en aanbod van fotoapparatuur en toebehoren;](#)
- ◆ [Fotografiemarkt.nl, algemene fotografiesite;](#)
- ◆ [Fotostartpagina.nl, Algemene fotografiesite;](#)
- ◆ [...jouw idee...](#)

En vermeldt niet alleen zomaar de link naar de site, maar vertel er een leuk verhaaltje bij. Vertel waarom je de site leuk vindt en waarom je vindt dat de bezoeker er ook naartoe moet gaan. Wijs degene waarover het gaat wel op het bestaan van dat stukje, en vraag hem/haar hetzelfde over jouw site te doen,

GASTENBOEK

De een vindt het geweldig, de ander vindt het helemaal niets om een gastenboek op een site te hebben. Probleem is dat er mooi en lelijk in geschreven wordt.

En bij alles wat erin staat weet je nooit wie het geschreven heeft. Zo worden ze nogal eens misbruikt door modellen die zichzelf de hemel in prijzen met fake e-mail adressen. (zogenaamde Spoofing) Dat is algemeen bekend en maakt de geloofwaardigheid van dit soort verklaringen in gastenboeken er niet groter op.

Nu het versturen van rare email (Spam) strafbaar is, wijken veel "bedrijven" uit naar gastenboeken. Direct verwijderen is het beste, maar vraagt wel de nodige aandacht.

Daarnaast worden gastenboeken nogal eens misbruikt door dezelfde soort mensen dat gaat "hijgen" aan de telefoon, dus bereid je daar ook op voor. Loop het regelmatig na en verwijder direct alle rommel, zonder er verder ook maar met een letter op te reageren. Op den duur gaat de lol er dan vanzelf wel vanaf.

BEZOEKERSTELLERS.

Ook hier weer hetzelfde verhaal. De één vindt het geweldig, de ander vindt het drie keer niks. Als je een teller op je site zet en die wordt goed bezocht dat is dat leuk. Maar al uit diezelfde teller blijkt dat je deze week 4 bezoekers hebt gehad waarvan 3 x je moeder dan wordt het minder leuk.

Bijna altijd kun je de statistieken ook via de internethosting waar je je site hebt staan verkrijgen. Dan blijft het anoniem. Jij weet de cijfers wel, maar een ander niet. En waarom zou die het moeten weten?

FORUMS

Zie bij gastenboek. Ook hier weer de kans op allerlei ongeregeldheden en flauwekul. Het vraagt in elk geval heel veel tijd om het allemaal bij te gaan houden. Heb je die niet? Niet aan beginnen dan.

ADVERTENTIES

Veel sites zijn voorzien van een bannertje of zogenaamde Google AdSense reclames. (je kent ze wel, die meestal blauwe kleine advertenties die je op heel veel sites tegenkomt). Sommige sites financieren er gratis plaatsingen mee en dan is het niet zo'n probleem. Maar als je zelf een site maakt zul je er hooguit een paar kwartjes per jaar mee verdienen. Je hebt honderdduizenden bezoekers nodig om het rendabel te maken.

PLAATJES EN CLIPART.

Tenzij ze echt functioneel zijn moet het gebruik van "grappige" plaatjes, clipart etc vermeden worden. Zeker als ze ook nog bewegen.

Je bezoekers weten zelf wel waar ze leuke dingen moeten halen.

Jouw website moet jou 'verkopen'. Er voor zorgen dat je opdrachten krijgt.

En allerlei knipperende en irritante onzin leidt alleen de aandacht maar van dat voorname doel af.

TOT SLOT.

In deze brochure hebben we een flink aantal punten behandeld waar je als model op moet letten en waar je rekening mee moet houden om een goed scorende website in elkaar te (laten) zetten.

Een heel goed alternatief, dat rekening houdt met bijna alle genoemde punten zijn de gratis websites van Mainportart. Het leuke is dat er een internationaal publiek zit. En door de grote verscheidenheid is er veel verkeer. Er zijn gevallen bekend waar modellen al op de eerste dag 2 opdrachten hadden. Niet eens zo gek want de meeste sites hebben meer dan 50 bezoekers in het eerste uur van hun bestaan. Veel sites halen dat aantal nog niet per maand.

Je vindt alle informatie op

<http://gratis-modellensite.mainportart.nl>