

Handleiding online editor

Welkom bij de handleiding van de online editor! We raden je aan ze volledig te lezen voor je aan de slag gaat. Twijfels of vragen? Contacteer je afdelingsondersteuner; hij of zij helpt je met plezier verder. Veel succes!

HET TECHNISCHE LUIK

Stap voor stap

Stap 1: Een account aanmaken en inloggen

Ga naar www.mygenscom.com/kwb.

Heb je al **een account van vorig jaar**? Meld je dan daarmee aan.

Zo niet, **registreer** je met het formulier aan de rechterkant. De velden 'bedrijf' en 'btw-nummer' mag je leeglaten. Vervolgens kan je je aanmelden.

Stap 2: Maak een publicatie aan

Kies een van de sjablonen (geen nood, je kan later nog van een ander sjabloon en publicatie aanmaken) en klik onder- of bovenaan op 'Gebruik dit ontwerp'. Geef het vervolgens een duidelijke titel.

Over het verschil tussen de verschillende sjablonen lees je meer in het redactionele luik van deze handleiding.

Meld je voor de tweede keer aan? Ga dan na het inloggen meteen naar 'mijn publicaties'. Daar vind je de laatste versies van de ontwerpen waar je mee bezig bent.

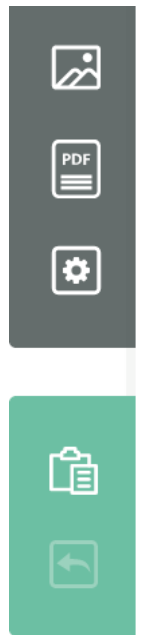
Stap 3: Personaliseer je krant

Tijd om je krant precies zo te aanpassen zoals jij ze wil! We geven je graag wat uitleg bij de toolbox, die je rechts vindt. (Niet zichtbaar? Druk op het pijltje naar links, dan klapt hij uit.)

1. BLOKKEN	Sleep een tekstvak of titelvak in je krant en typ of plak je tekst erin. Opgelet: alle opmaak uit Word verdwijnt! Kies je een rechthoek, cirkel of een andere vorm, dan kun je die vormgeven en er tekst bovenop zetten. Hier kun je ook alle iconen, tekstballonnen ... een kleur geven.
2. LAY-OUT	Toon raster: handig om te positioneren, fijn te werken en af te lijnen. Werk met tekstvakken binnen de buitenste blauwe lijnen! 'Adreszone' weergegeven is voor jullie publicaties niet relevant.



3. MEDIA	Beeld opladen: laad je eigen foto op (zorg voor een voldoende hoge resolutie!). Beeldenbank: kies een foto uit onze uitgebreide beeldbank.
4. PDF INVOEGEN	Om pdf's in te voeren, bijvoorbeeld een affiche van een evenement.
5. INSTELLINGEN	Naam krant: deze naam vind je terug in het overzicht van jouw eigen kranten. Verantwoordelijke uitgever: deze gegevens staan op de eerste pagina van de krant. Paginanummers: indien je paginanummering wil in jouw krant, duid je 'toon paginanummers' aan. Je kan er dan zelf een lettertype, letter- grootte en kleur voor kiezen.
6. PLAKKEN	Dit icoon zie je enkel als je al iets gekopieerd hebt in jouw krant.
7. ONGEDAAN MAKEN	Met deze knop kun je één (!) fout of stap ongedaan maken.



Ook bovenaan vind je enkele handige symbooltjes.



1. HELPFUNCTIE	Activeer de helpfunctie voor extra informatie over een specifiek onderdeel.
2. OPSLAAN	Sla je krant regelmatig op! Je aanpassingen worden ook elke tien minuten automatisch opgeslagen.
3. VOORBEELDWEERGAVE	Hier kan je de meest recente voorbeeldweergave bekijken.
4. INSTRUCTIEFILMPJE	Bekijk hier de werking van de editor.
5. BESTELLEN KRANT	Klik hier als je klaar bent met jouw krant.

FAQ

Probleem: je tekst past niet in je tekstvak; er verschijnt een rood kader genaamd 'overflow'.

Oplossing: zet je tekst in een kleinere lettergrootte of gebruik een nauwere interlinie.

Overdrijf hier niet mee! Soms zal je de gewoon moeten inkorten.

Probleem: je tekst staat onder je foto.

Oplossing: met de positioneerknopjes bij lay-out bepaal je wat boven en onderaan ligt.

Probleem: ik wil een transparant vlak.

Oplossing: je selecteert het tekstvak en kiest bij achtergrondkleur de gewenste kleur. Met de schuifbalk kies je zelf hoe transparant de kleur is. Liever helemaal geen achtergrondkleur?

Geef dan de waarde 0 in. Zo verkrijgt je een volledig transparant vlak zonder een nieuw tekstvak te plaatsen.

Stap 5: Klaar? Bestellen maar!

Klik op 'Bestel'. Vervolgens wordt een pdf-bestand gemaakt, dat je kan nakijken. (Let op, dit kan even duren, dat is normaal.) Je kan deze pdf ook downloaden en doorsturen naar andere bestuurders om te laten controleren. Alles in orde? Vul in hoeveel exemplaren je wil bestellen, voeg ze toe aan je winkelmandje en klik op 'bestelling plaatsen'.

Je waardebon van 50 euro

Als aanmoediging om mooi drukwerk aan te maken en er mensen mee aan te spreken, geeft kwb je een cadeautje. Elke afdeling krijgt bij de bestuursledennieuwsbrief van december 2019 een waardebon van € 50. Je kan deze bon eenmalig gebruiken tussen 1 januari 2020 en 31 december 2020. De unieke code wordt verrekend bij het afronden van je bestelling. Je kan er onder meer 175 promotiekranten, 110 drieluikfolders en 225 A5-flyers mee bestellen. Ook kan je kleinere oplagen bestellen, en zo verschillende soorten drukwerk mixen. Opgelet, bestel ze best samen. Zo spaar je een extra verzendkost uit! Je kan de bon slechts eenmaal gebruiken, zorg er dus voor dat jouw bestelling minstens 50 euro bedraagt.

2. HET REDACTIONELE LUIK

De verschillende formaten

Promotiekrant

Met de promotiekrant willen we zoveel mogelijk mensen die geen lid zijn tonen waar kwb voor staat en wat kwb in hun buurt doet! Zo willen we ze goesting laten krijgen in kwb, als toeschouwer, deelnemer of wie weet zelfs als lid. De helft van de krant bestaat uit vaste rubrieken en artikels, aangeleverd door kwb nationaal. De andere helft kunnen jullie eigen goeddunken invullen, al voorzien we enkele stukken voor wie nog wat plaats overheeft. In deze handleiding maken we jullie wegwijs in de editor, en reiken we een aantal handvatten en tips aan om tot een visueel en inhoudelijk aantrekkelijke krant te komen.

Vaste items

Uitleg kwb. Een algemene omschrijving die voor 99% van de kwb-afdelingen klopt.

75 jaar kwb in een notendop. In 2020 bestaat kwb 75 jaar. Een beknopte terugblik in de geschiedenis leert je hoe kwb is ontstaan en waarom kwb belangrijk was/is en blijft.

FALOS-SPORT+ & GOVAKA&PASAR. Sporten en reizen zijn aangename bezigheden die veel mensen interesseren. Een beetje reclame voor onze eigen diensten mag dan ook.

Ledenvoordeel. Hiermee tonen we dat lid worden van een kwb-afdeling nog tal van andere voordelen heeft.

Kruiswoordpuzzel. Een wedstrijd waarbij er vijf keer een waardebon van 100 euro wordt weggeschonken, geldig op het reisaanbod van Govaka&Pasar.

Kookhoek. Koken en kwb, twee handen op een buik. Een heerlijk recept dat iedereen thuis kan klaarmaken.

Kwb-lid worden. Beknopte uitleg over hoe je aan te sluiten als lid.

Aanpasbare delen

Titel

Er zijn twee verschillende opmaken van de krant:

- Eén met de naam van de gemeente in de titel, bijvoorbeeld Zulte bruist. Die kies je als er maar één kwb in je gemeente is, én de naam van je gemeente of parochie kort is. De volledige naam van je afdeling staat er in een kleiner lettertype onder.
- Eén met de titel 'Uw buurt bruist'. Die kies je als er meerdere kwb's in je gemeente actief zijn of de naam van je gemeente te lang is. De naam van je afdeling komt er dan in een kleiner lettertype onder te staan.

Kwb wordt opzettelijk niet in de titel vernoemd: onderzoek heeft uitgewezen dat als mensen een specifieke organisatie in de titel zien, ze een publicatie vaak onmiddellijk weggooien als ze geen lid zijn, omdat dit geen betrekking op hen heeft. Maar wij proberen met de promokranten natuurlijk net zoveel mogelijk niet-leden te bereiken.

... aan het woord

In deze rubriek kan je een lid of losse medewerker van jullie afdeling aan het woord laten aan de hand van twee korte vragen. Gebruik geen voorzitter of ander bestuurslid; in een gewoon lid zullen mensen zich sneller herkennen. De voorkeur gaat uiteraard uit naar een (jong) dynamisch iemand. Vind je geen geschikte kandidaat in je eigen afdeling, dan kan je kiezen uit meerdere profielen en foto's die we voor jullie opmaakten.

Eyecatcher

Op pagina 1 is er ruimte voorzien voor een artikel dat weergeeft wat jullie kwb tot kwb maakt: een specifieke (inhoudelijke) actie die jullie ondernemen, een succesvolle activiteit, een artikel rond een interessante spreker die komt ... Maak hier een mooi artikel van, met een geschikte foto, enkele quotes (tenzij je de interviewvorm gebruikt), gebruik van alinea's, tussentitel(s), een sprekende titel ... Een foto van het bestuur is geen goede reclame! Meer tips over schrijven en foto's, vind je verderop in deze handleiding.

Andere afdelingsartikels

Op pagina's 2, 3 en 4 kan je een terugblik zetten over een leuke activiteit van je afdeling, een aankondiging doen, meer uitleg geven over jullie sportwerking ... Hou ook hier rekening met de tips voor een goed artikel en gebruik een passende, actieve foto. Per pagina is er ruimte voor één artikel (in de voorbeeldkrant zijn dit de artikels over kwb Eremzichegem), maar je kan de ruimte naar eigen indeling benutten (meerdere artikels, foto's ...).

Onze diensten

Op pagina 2 vind je een stukje over FALOS-SPORT+. Sport is een belangrijke toegangspoort om kennis te maken met de werking van kwb, en wat reclame hiervoor kan geen kwaad. Maar je kan deze ruimte ook gebruiken voor een stukje over de dienst Rijbewijs en vrije begeleiding, iets specifiek voor kwb (je vindt dit in de reserveartikels). Of je kan er natuurlijk een eigen stukje zetten.

Bezige buurt

De rubriek 'Bezige buurt' is een kalender waarin je enkele voor jullie kwb belangrijke activiteiten kan plaatsen. Enkele tips:

- Hou het kort en overzichtelijk. Beperk je tot de essentiële info: wat, wanneer en waar.
- Zorg dat het activiteiten zijn die openstaan voor iedereen: een niet-lid heeft niet veel aan een receptie uitsluitend voor leden.

- Dit is niet de ideale plaats om vijf keer de maandelijkse kaartavond te promoten. Wil je de kaartavond er wel inzetten, schrijf dan één stukje met alle data.
- Zet er activiteiten in die op relatief korte termijn plaatsvinden.

Meer info? Spreek ons gerust aan!

Hier plaats je een foto en de gegevens van één of twee bestuursleden. Zorg dat dit mensen zijn die vlot bereikbaar zijn en voldoende uitleg over je kwb kunnen geven. Het hoeven niet noodzakelijk de voorzitter en de secretaris te zijn!

Facebook en website

Vergeet niet om onderaan de website en/of Facebookpagina van je afdeling te vermelden.

Reserveartikelen en -foto's

Heb je weinig inspiratie, of iets te weinig tekst of activiteiten om alle vlakken in te vullen met een boeiend artikel? Geen nood! Er zijn een aantal reserveartikelen met bijpassende foto beschikbaar, die typisch kwb zijn en veel mensen zullen aanspreken.

Diversiteit Troef

Verschillende kwb's (momenteel al een twintigtal) organiseren in 2020 'Diversiteit Troef', een stand-upcomedyshow met Han solo, Erhan Demirci & Latif Ait. Gaat er eentje door in jullie buurt? Maak dan mee reclame. Meer info vind je op www.kwb.be/diversiteittroef.

Vrije begeleiding

Kwb is altijd een voortrekker geweest op het vlak van vrije begeleiding. Zelf je (klein)kinderen leren autorijden moet een kwalitatief alternatief blijven voor de vaak dure rijnschool.

Opfrissing wegcode

Tijdens deze workshop wordt de kennis van de wegcode aangescherpt, een voorwaarde om een goede chauffeur en begeleider te zijn.

Praktische tuintips voor het voorjaar

Veel mensen (zowel binnen als buiten kwb) werken graag in de tuin. Dit artikel geeft een aantal tips om je tuin in het voorjaar goed te onderhouden.

Praktische tuintips voor het najaar

Ook voor je tuin in het najaar hebben we een artikel. Gebruik je ze niet allebei, kies dan het artikel dat het best past bij de periode waarin je krant wil verspreiden.

Alle teksten en foto's van de reserveartikelen zijn vrij te gebruiken. Dit wil ook zeggen dat je ze naar hartenlust kan aanpassen, en erin knippen en plakken. Je bent als afdeling uiteraard zelf verantwoordelijk voor de foto's en teksten die je in de aanpasbare rubrieken plaatst.

Drieluikfolder

Met de drieluikfolder (A4-papier langs de korte zijde in drieën geplooid) kan je verschillende kanten uit. Het voorbeeld op de online editor is opgemaakt als een uitgebreide kalender waarin het jaarprogramma van een afdeling staat. Ideaal om mee te geven aan niet-kwb'ers! Zo zijn ook zij op de hoogte van wat kwb in hun buurt allemaal doet.

Je kan de folder bijna volledig aanpassen aan jullie wensen. De grootte van de vakken, de plaatsing, de foto's ... je kan alles veranderen. We maakten een voorbeeld waar je je aan kan spiegelen om een mooie look-and-feel te hebben. Maar als je qua opmaak en/of inhoud iets totaal anders wil, kan dat natuurlijk. Het hoeft zelfs geen kalender te zijn. Denk gewoon goed na waarvoor je het wil gebruiken, aan wie je het wil geven en hoe je dat gaat doen.

A5-flyer

De flyer (A5-formaat, recto verso) kan op twee manieren gebruikt worden, volgens de voorbeelden op de online editor. Je kan een flyer maken voor een bepaalde activiteit, een wijnwandeling in ons voorbeeld, of een minikalender met wat basisinformatie. Wederom is reclame maken op een professionele manier het uitgangspunt. Hou bij het opmaken van je flyer(s) vooral de niet-leden in het achterhoofd.

Ook deze flyer is volledig aanpasbaar. Meer foto's, andere iconen, grotere letters ... geen probleem. Je kan ook zelf foto's toevoegen. Nogmaals, denk eerst goed na waarvoor en dus voor wie je de flyer wil gebruiken, en hoe je hem zal verspreiden.

Schrijf- en fototips

Beeldenbank

Naast de foto's zijn er ook tal van icoontjes beschikbaar. Maak gebruik van een passend icoon of foto bij je artikel, of kies voor een eigen, kwalitatieve foto.

Gebruik van lettertypes en kleuren

Zoals je zal merken, is het aantal lettertypes dat je kan gebruiken beperkt. Dat zal ervoor zorgen dat jullie publicaties zo professioneel mogelijk overkomen. Soberheid en eenvormigheid zijn hiervoor belangrijk. Ook wat betreft kleurengebruik vragen we om je te beperken tot de kleuren die op de sjablonen aanwezig zijn. Zo wordt de huisstijl en eenvormigheid van kwb enigszins bewaard.

Belangrijke aandachtspunten

Het is al een paar keer ter sprake gekomen, omdat we het niet genoeg kunnen benadrukken. Er zijn drie belangrijke aandachtspunten:

1. Welke boodschap wil je brengen? Wat wil je met je krant, folder of flyer bereiken?
2. Voor wie, welke doelgroep, is de publicatie bestemd?
3. Hoe zal je het verspreiden? Hoeveel exemplaren heb je dan nodig? Ga je ze persoonlijk aan mensen geven op een evenement, bussen in een bepaalde wijk, op strategische plaatsen in jullie buurt leggen ...?

Als je op deze drie vragen een duidelijk antwoord hebt, kan je je boodschap en inhoud beter afbakenen. Dat zorgt er dan weer voor dat je de gekozen communicatiemiddelen beter en gericht inzetten.

Ten slotte nog een vierde belangrijk aandachtspunt voor kleinere kwb-afdelingen en/of kwb-afdelingen uit een gemeente waar er verschillende actief zijn: waarom niet samenwerken om een promotiekrant uit te geven? Zo kan elke afdeling een eigen stukje brengen of iets onder de aandacht brengen, zonder dat er een volledige krant moet neergepend worden. Ook de kosten kunnen verdeeld worden, zodat het voor iedereen haalbaar en betaalbaar blijft.

Zit je na al deze praktische info toch nog vast, of weet je niet goed hoe je aan de slag moet gaan? Vraag raad aan je afdelingsondersteuner. Hij of zij zal je in vele gevallen kunnen helpen op praktisch gebied, maar ook om de juiste keuzes te maken om jullie verder op weg te helpen.

Hoe schrijf je een goede tekst?

Wanneer communicatie als promotiemiddel wordt gebruikt, is het doel dat mensen overtuigd worden bij het lezen van je tekst. Ongeacht of die tekst een paginalang artikel is, een flyer of een Facebook-post. Je zult 'wervend' moeten schrijven. Daarmee wordt bedoeld dat de lezer tot actie overgaat. Je hoeft geen Nobelprijs voor literatuur te winnen met je tekst; wel wil je dat er veel volk komt op je activiteit, meer mensen zich aansluiten bij jouw vereniging, en mensen een positief beeld hebben van jouw kwb-afdeling. Belangrijk is dat je schrijfstijl aantrekkelijk en duidelijk is. Een goede vuistregel hierbij is dat je moet schrijven op het niveau van een 14-jarige. Niet omdat je doelpubliek geen moeilijke woorden of complexe zinnen begrijpt, maar omdat mensen hun aandacht snel verliezen. Hou je zinnen dus kort, en vermijd al te ingewikkelde woorden.

Meer weten over helder schrijven? Op <https://promotie.kwbeensgezind.be>) vind je er heel wat interessante artikels over, maar hieronder geven we je alvast een aanzet:

Voor je begint

- Noteer de hoofdgedachte of het doel van je tekst in één kernzin.

- Bepaal de 5 W's en 1 H van de tekst: wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe?

Bouw een structuur op

- De inleiding moet de aandacht trekken, en het onderwerp bekend maken. In de inleiding staat de belangrijkste info.
- Het middenstuk beantwoordt alle deelvragen. Per alinea wordt één gedachte uitgewerkt.
- In het slot staat de samenvatting, wordt een afweging gemaakt, of wordt een aansporing gegeven.

5 tips voor een wervende tekst

1. Hou het zo eenvoudig mogelijk. Schrijven is schrappen. Vermijd dubbele informatie, en hou het bondig: daar is iedereen mee gediend. Ontdoe je tekst van overbodige franjes. Je lezer wil snel duidelijke info. Vergezochte zinspelingen, onnatuurlijke formuleringen en zelden gebruikte woorden 'vertragen' het lezen. Bovendien heeft niet iedereen hetzelfde gevoel voor humor.
2. Schrijf klare taal, oftewel: zoals je spreekt. Schrijf dus zo weinig 'reeds', 'alsmede' en 'trachten', maar liever 'al', 'ook' en 'proberen'. Af en toe kun je die 'stijvere' woorden wel gebruiken, al was het maar om te zorgen voor voldoende variatie, maar een flashback naar de jaren zestig hoeft echt niet.
3. Spreek je lezer aan, en gebruik instructies. Zo wordt je tekst persoonlijker, levendiger. "Hang je jas gerust in onze bewaakte vestiaire." spreekt meer aan dan "Er is een bewaakte vestiaire." Een wervende tekst is ook een die aanzet tot actie. Een *call to action*, zoals "Schrijf je nu in", "Bezoek onze website" of "Kom eens langs", missen hun effect niet.
4. Maak je zinnen niet te lang. Een gemiddelde zin zou zo'n tien tot vijftien woorden moeten tellen. Probeer dit aantal zo min mogelijk te overschrijden. Vermijd ook een opeenstapeling van bijzinnen, en zet niet te veel lange zinnen achter elkaar.
5. Wees concreet. 'Zo snel mogelijk' is voor de ene binnen het uur, voor de andere binnen vijf werkdagen. Duidelijk zijn is dus de boodschap.

5 tips voor een kop die aandacht trekt

1. Gebruik aantallen in je titel. Bij voorkeur oneven of ronde getallen. Anders dan in de tekst worden getallen in de kop bij voorkeur in cijfers geschreven.
2. Maak het mysterieus. Met wat geheimzinnigheid wek je de interesse van de lezer. 'Het geheim van ...', 'Wat je altijd al wilde weten over ...'.
3. Stel een vraag, maar dan wel een waar de lezers het antwoord op willen weten.
4. Het woord 'nieuws' wekt belangstelling, als er ook effectief nieuws te vertellen valt.
5. Beeldspraak maakt het luchtig, maar let op: niet iedereen heeft hetzelfde gevoel voor humor.

Wat is nieuws?

In kranten staat nieuws, zo is toch de premisse. Maar wat is nieuws? Even een krant doorbladeren leert dat 'nieuws' een breed begrip is.

Toch zijn er enkele parameters die een idee geven of een bericht al dan niet de belangstelling van de journalist of lezers/luisteraars/kijkers zal wekken. Via het letterwoord ABABA kom je al een heel eind. Nieuws is nieuws als het:

actueel,
belangrijk,
afwijkend,
belangstellend en bij voorkeur door
autoritair gezag gebracht is.

Deze elementen hou je best in het achterhoofd wanneer je een persbericht schrijft over een kwb-actie of -activiteit, al zijn het relatieve begrippen. Grote herkenbaarheid van de activiteiten of personen waarover het bericht gaat, is ook van tel. Als je in de krant iets ziet over iemand die je kent, een plaats waar je woont, of iets wat je zelf ook doet, is de kans groot dat je het artikel zal lezen. Betrokkenheid en nabijheid zijn dus minstens even belangrijk als de ABABA-eigenschappen. En dat is goed nieuws, want in een kwb-groep zijn dat twee begrippen die inherent zijn aan de werking.

Goede persfoto's: 10 tips

1. Werk beeldvullend. Alleen wat belangrijk is, zet je op de foto. Zorg dat er geen storende elementen (zoals een stoel of elektriciteitskabels) te zien zijn. Vermijd te veel decor. De focus ligt op wat je in beeld wilt brengen.
2. Kies het juiste perspectief. Vaak levert het mooiere beelden op als je foto's neemt vanop een stoel. Zowel voor sfeerfoto's als foto's van een groep zorgt dit voor een beter overzicht.
3. Neem veel foto's. Liever te veel foto's dan achteraf te moeten vaststellen dat er tussen je foto's geen enkele echt mooie zit. Neem foto's vanuit verschillende hoeken en op verschillende plaatsen, en zowel staand als liggende.
4. Wees een goede regisseur als je fotograaf bent, zeker voor groepsfoto's. Geef de mensen instructies. Aarzel niet om hen in de gewenste opstelling te 'zetten'. Zorg ervoor dat je de volledige aandacht hebt van je fotomodellen. Laat ze in jouw lens kijken, en laat hen zwijgen.
5. Breng dynamiek in je foto, toon een handeling. Actie zorgt altijd voor een beter beeld. Een overhandiging van een cheque, iemand die een Mólkky-stok werpt, een groep mensen die het glas heffen ... alles is beter dan geposeerde 'gevangenis'foto's. Als je toch een portretje moet maken, laat de persoon dan 'over de schouder' naar de lens kijken. Niet te frontaal dus, maar een beetje in profiel.
6. Kies voor mensen. Een foto van jullie ontbijtbuffet? Kies niet voor een foto van de rijkge vulde buffettafel, maar wel van iemand die aan het eten is.

7. Meer is niet altijd beter. Het heeft weinig zin om 25 mensen op een foto te zetten, want wanneer die in een krant komt, is toch niemand herkenbaar. Opteer ervoor om een aantal mensen in close-up te fotograferen. Een herkenbaar gezicht, met emotie, levert een beter resultaat op.
8. Werk in de ruimte. Als je een groep mensen op foto zet, plak ze dan niet allemaal op één lijn tegen de muur. Zet ze in twee rijen, of in een halve cirkel. Laat sommigen zitten, en anderen staan. Zo creëer je een 3D-gevoel.
9. Bewerk je foto niet te veel. Het risico bestaat dat je foto 'sterkte' verliest. Een foto die in goede kwaliteit en voldoende groot afgedrukt moet worden, moet groter zijn dan één megabyte.
10. Wat belangrijk is, staat centraal.