

Opdracht

Ontwerpen spreads in InDesign

Openingsspread en vervolgsread



Waar werk je naar toe?



1 openingspread
 1 vervolg spread

Opdracht Magazine uitwerken in het kort

- Kies je beste schets
- Deze werk je uit in InDesign
- Op A4 (2 pagina's naast elkaar)
- Volg de opdracht criteria goed.
- Hou de werkvolgorde aan zoals op de digital PDF Werkvolgorde
- Je levert 2 PDF's in: één PDF met hulplijnen en rasters en één PDF zonder (*uitleg verderop*)



Een openingspread



een vervolgsread

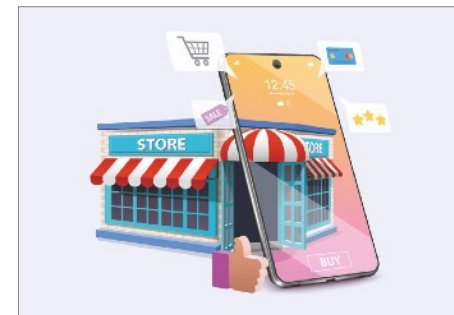
Uitleg Criteria

3 tot 4 beelden | **gevarieerd beeld**

Gebruik een sfeerbeeld en een productfoto van Beroepsopdracht

Een 3e en/of 4e beeld uit de opdracht
'Out of the box met je product' (BO)

Minimaal één beeld is **'aflopend'**
van de pagina



Tekst en kadertekst

Download de tekst van mamv.nl

Gebruik **álle tekst** uit het Word doc, behalve:

1. de teksten tussen haakjes: die haal je weg.
(Is voor jou ter info over welk tekstelement het is)
2. de kadertekst: die heb je zelf geschreven bij TAVA

Opdracht 2D - Ontwerpen van Spreads in InDesign

A) Download eerst de [Tekst voor de spreads!!](#) (Word doc) Deze tekst plaats je in InDesign met cmd D en shift ingedrukt

(Kadertekst: ... dit wordt jouw kadertekst geschreven bij Tava)

(Kopje of een eigen kopje)

Klein succes

(Intro/inleiding van de kadertekst / of een eigen inleiding)

Een goed voorbeeld van een webshop die succes heeft met de verkoop (vul hier de naam van jouw bedrijf in). Mede dankzij de inzet van social

(... hierna komt jouw kadertekst geschreven bij Taalvaardigheid)

Tekst tussen haakjes haal je weg

De volledige aangeleverde tekst is geplaatst en staat goed op volgorde

Is dekst te lang voor jouw lay-out ontwerp? Oplossingen kunnen zijn:

1. Een kleinere corpgrootte (niet kleiner dan 9 pt)
2. Minder beeld of kleiner beeld
3. Marges te verkleinen
4. Minder kadertekst: alléén uit je zelfgeschreven kadertekst mag je, indien nodig, een paar regels weghalen

Goed gebruik van stramien

Tekstkaders niet over het kolomwit heen
(Tenzij je hulplijnen zet: bijv. op de helft van kolom)

3

is 72% van de social-mediagebruikers het (helemaal) eens met de stelling dat er te veel advertenties op social media te zien zijn en vindt slechts 8% dat ze (bijna) altijd relevant zijn.

Off line
Een ander aspect zijn de impuls aankopen. Deze blijken het meest plaats te vinden in de fysieke winkel waar het belevingsaspect het belangrijkste is, iets waar veel consumenten aan gehecht zijn. Een nipte meerderheid, 53%, geeft zelfs de voorkeur aan fysiek winkelen tegenover online. Datzelfde percentage werd geregistreerd voor de lockdown van maart 2020. Bij de gedeeltelijke heropening van de winkels in de zomer van 2020 was er een tijdelijke piek naar 63 procent maar dat effect is weer weggeëbd.

Inspireren van je doelgroep doe je op Instagram en Facebook

Als webshop moet je veel te bieden hebben want: Fysieke aankopen zijn nog steeds populair als mensen het product moeten zien, als ze het onmiddellijk willen hebben of als ze advies nodig hebben voordat ze het kopen', zeggen BuyWay en Mastercard. Opmerkelijk is dat een typische online-speler als Sneaky business in het voorbije jaar nieuwe bakstenen winkels opende.

media. Gemiddeld maakt men gebruik van 3,4 sociale netwerken. Na een kleine daling lijkt het aantal actieve gebruikers op Facebook stabiel. Alleen het gebruik van Instagram is dit jaar significant gegroeid ten opzichte van vorig jaar. Nieuwkomer TikTok heeft onder de totale populatie van 18 jaar en ouder tot nu toe slechts een klein aandeel.

Uit onderzoek van Ruigrok NetPanel blijkt dat consumenten social media vooral gebruiken om met vrienden te communiceren (58%), maar ook dat online shoppen via social steeds populairder wordt: consumenten heeft in het afgelopen jaar producten via social media gekocht.

Dat van ongeveer 95% van de Nederlanders actief is op social media. Een gegeven waar gebruik van wordt gemaakt. Gemiddeld maakt men gebruik van 3,4 sociale netwerken. Dus dat is een behoorlijk aantal. Na een kleine daling lijkt het aantal op Facebook stabiel. Alleen het gebruik van Instagram is dit jaar significant gegroeid ten opzichte van vorig jaar. Nieuwkomer TikTok heeft onder de totale populatie van 18 jaar en ouder tot nu toe slechts een klein aandeel. Allereerst is het belangrijk om een goede social-mediastrategie te ontwikkelen per doelgroep en per doel.

Naam Magazine_ 5



Zo is 72% van de social-mediagebruikers het (helemaal) eens met de stelling dat er te veel advertenties op social media te zien zijn en vindt slechts 8% dat ze (bijna) altijd relevant zijn.

Off line
Een ander aspect zijn de impuls aankopen. Deze blijken het meest plaats te vinden in de fysieke winkel waar het belevingsaspect het belangrijkste is, iets waar veel consumenten aan gehecht zijn. Een nipte meerderheid, 53%, geeft zelfs de voorkeur aan fysiek winkelen tegenover online. Datzelfde percentage werd geregistreerd voor de lockdown van maart 2020. Bij de gedeeltelijke heropening van de winkels in de zomer van 2020 was er een tijdelijke piek naar 63 procent maar dat effect is weer weggeëbd.

Inspireren van je doelgroep doe je op Instagram en Facebook

Als webshop moet je veel te bieden hebben want: Fysieke aankopen zijn nog steeds populair als mensen het product moeten zien, als ze het onmiddellijk willen hebben of als ze advies nodig hebben voordat ze het kopen', zeggen BuyWay en Mastercard. Opmerkelijk is dat een typische online-speler als Sneaky business in het voorbije jaar nieuwe bakstenen winkels opende, wat bevestigt dat fysieke verkooppunten nog niet ten dode opgeschreven zijn.

actieve gebruikers op Facebook stabiel. Alleen het gebruik van Instagram is dit jaar significant gegroeid ten opzichte van vorig jaar. Nieuwkomer TikTok heeft onder de totale populatie van 18 jaar en ouder tot nu toe slechts een klein aandeel.

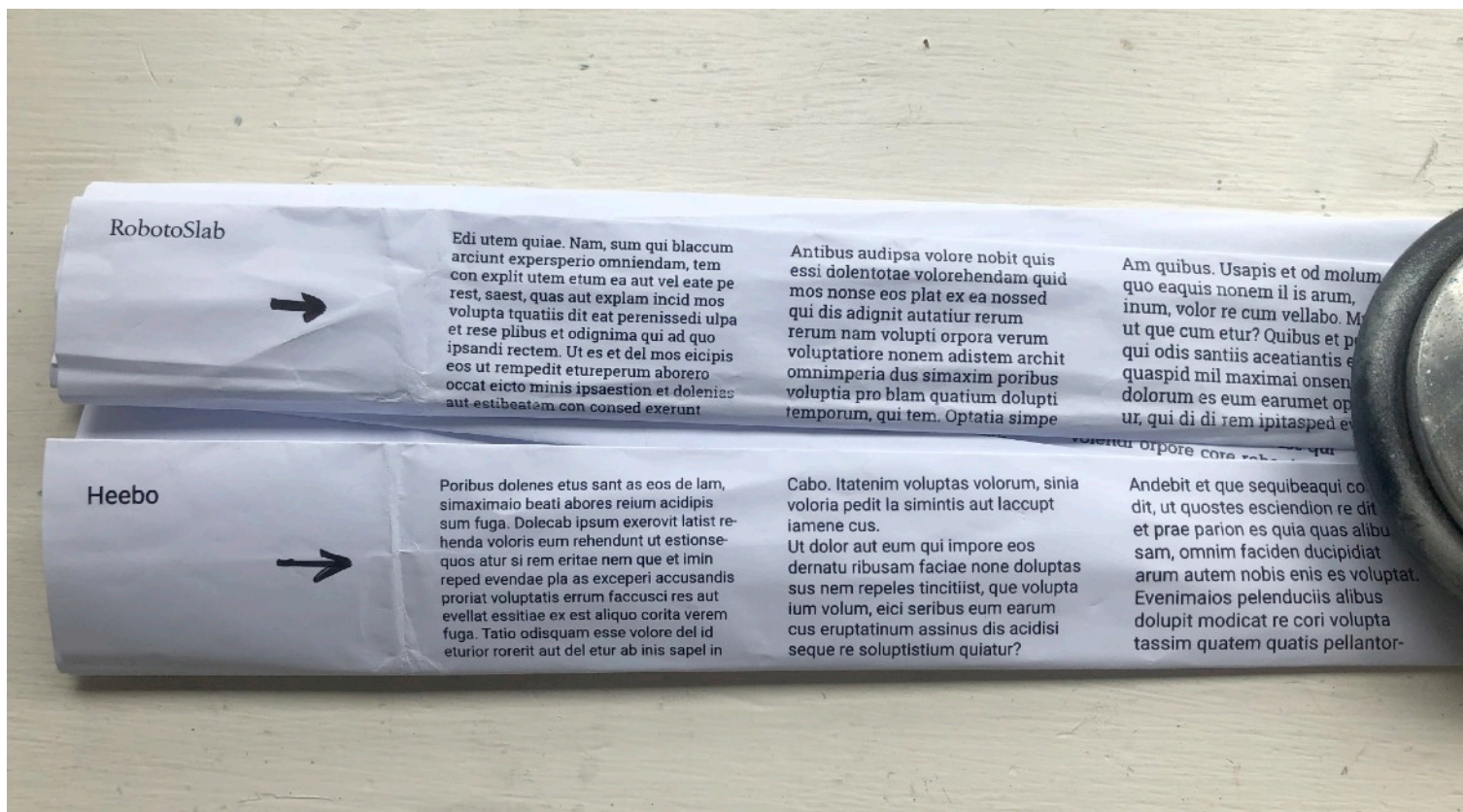
Uit onderzoek van Ruigrok NetPanel blijkt dat consumenten social media vooral gebruiken om met vrienden te communiceren (58%), maar ook dat online shoppen via social steeds populairder wordt: 38% van de consumenten heeft in het afgelopen jaar producten via social media gekocht.

Dat van ongeveer 95% van de Nederlanders actief is op social media is een gegeven waar gebruik van wordt gemaakt. Gemiddeld maakt men gebruik van 3,4 sociale netwerken. Dus dat is een behoorlijk aantal. Na een kleine daling lijkt het aantal actieve gebruikers op Facebook stabiel. Alleen het gebruik van Instagram is dit jaar significant gegroeid ten opzichte van vorig jaar. Nieuwkomer TikTok heeft onder de totale populatie van 18 jaar en ouder tot nu toe slechts een klein aandeel. Allereerst is het belangrijk om een goede social-mediastrategie te ontwikkelen per doelgroep en per doel. Wanneer je op zoek bent naar nieuwe medewerkers, is het verstandig om je bedrijf goed te profileren via LinkedIn, maar wil je je doelgroep inspireren, dan kun je je beter richten op Instagram en Facebook.

Naam Magazine_ 5



Beide lettertypen uit de letterproef zijn gebruikt



Schreef en schreefloos

Er is een duidelijke en juiste teksthiërarchie

Elke tekstelement heeft een andere vormgeving - gebruik bijv. eens **kleur**

5




Voorbeelden van verschillende headings (koppen)

Er is een duidelijke en juiste teksthierarchie

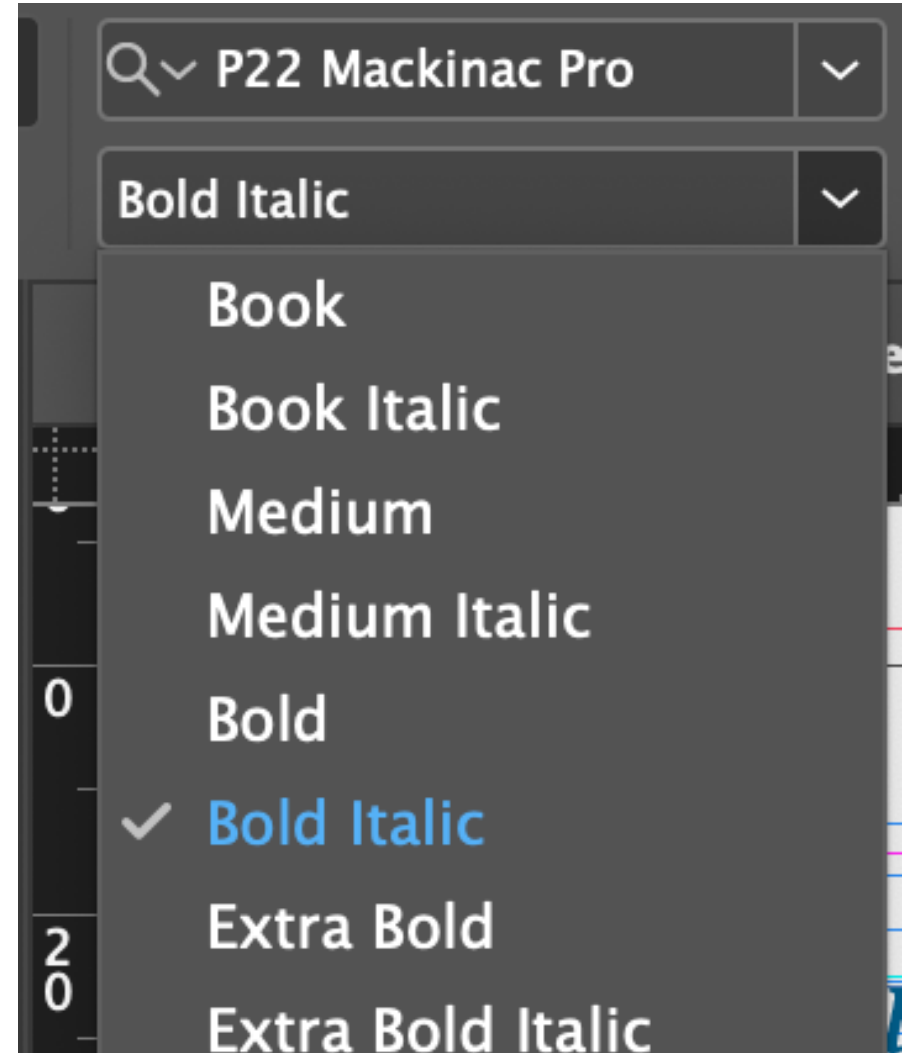
Advies
 vormgeving
 verschillende
 tekstelementen
 staan op de
 ‘Opmaakregels’

[Link bijlage opmaakregels](#)

Hiërarchisch	Wat is het?	Corps	Regelval	Op basislijn	Bijzonderheden
HEADING (OF TITEL)	Heading, kop, of titel is de meest opvallende tekst op een pagina en geeft de kern van het verhaal weer. De kop trekt de aandacht en verleidt om verder te lezen.	Groot:100 pt (meer of minder mag)	LL, C, UITG, RL, VR		
BEGINNEN	Geeft het begin van een lange tekst aan. Hij gaat altijd over 2 of meerdere regels.		LL	✓	
CHAPEAU (OF ONDERTITEL)	Dient als een tweede kop en bevat informatie die je niet in de kop kwijt kunt. Een chapeau wordt meestal kleiner afgedrukt dan de kop en vind je meestal boven (maar soms ook onder) de kop.	ong. 40 pt. Meer/minder mag	LL, UITG, VR		
STREAMERS EN QUOTES	Dit is een tekstfragment van de platte tekst (bijvoorbeeld een quote) dat herhaald wordt in een groter en/of ander lettertype. Dit is een lokkertje om de broodtekst te gaan lezen en wordt ook wel zuerfregel genoemd.	~ 20 pt.	LL, C, VR		
INTRO	Dit is een inleiding die in een paar regels een verband maakt tussen de kop en de broodtekst.	~ 16 -18 pt.	LL, C, RL, UITG		Vergroot je interlinie met tenminste 6 pt. ten opzichte van je corps.
KOPJE	Dit is een titel van een deel van de broodtekst, waardoor deze overzichtelijker en minder saai wordt.	2 pt. > broodtekst	LL	✓	
TUSSENKOPJES	Lange teksten worden in kleinere stukken verdeeld. Elk stuk krijgt een titel waardoor het artikel luchtiger oogt, overzichtelijk wordt en makkelijker leest.	1 pt. > broodtekst	LL	✓	
BROODTEKST/BODYTEKST OF PLATTETEKST	Dit is de langste platte tekst en geeft de meeste informatie. De broodtekst is meestal opgebouwd in meerdere kolommen.	9,5 - 11 pt.	LL	✓	NOOIT over de volle breedte van je pagina. NOOIT een Bodoni-soort.
KADERTEKST	Of ook wel 'panel' is een tekst die extra (side information) verschaft bij de broodtekst. Deze wordt geplaatst in een ander lettertype en/of kader of kleurvlak.	9,5 - 11 pt.	LL	✓	Optisch hetzelfde corps als de broodtekst maar niet het zelfde font. Gebruik 'æb' om ervoor te zorgen dat tekst niet tegen je kader 'plakt'.
PAGINA NR. EN MAGAZINE NAAM	Geeft duidelijk aan op welke bladzijde en in welk tijdschrift de lezer zich bevindt.	9,5 - 11 pt.	LL, RL		Paginanummer en naam zijn niet hetzelfde dus gebruik diverse fonts of 'familieleden'.
AUTEUR	Tbont de eigenaars van het beeld en/of waar een foto vandaan komt of de naam van de schrijver van het artikel.	9 pt.	LL, C, RL		Door de tekst 'tekst' en/of 'beeld' een ander font te geven kan je de ':' weglaten.
FOTOBIJSCHRIFT	Geeft informatie over de foto. Bijvoorbeeld: wie staat er op en waar.	7 pt.	LL, RL		
SLUITBLOKJE	Een sluitblokje geeft aan waar het artikel eindigt, door middel	9,5 - 11 pt.		✓	De letter 'n' is in Zapf Dingbats een ■

Juiste diversiteit bij font toewijzing

- Voldoende, maar niet té veel verschillende familieleden.
- Bijvoorbeeld:
gebruik je een Bold en Bold Italic naast de regular en cursief
dan niet nog een black



Op het basislijn raster komen:

Tussenkopje

Chatbots

Broodtekst

Inmiddels heeft één op de drie van de honderd g
zochte merken een livechat op de site door mid
van een chatbot. Maar ook daar moet aan gesle

Sluitblokje

momenteel technisch gezien niet moge
computer iets te ruiken, voelen, of proe
hedonische consument blijft bestaan, z
winkels ook bestaan ■

Kadertekst

medewerkers, is het verstandig om je bedrijf goed
te profileren via LinkedIn, maar wil je je doelgroep
inspireren, dan kun je je beter richten op Instagram
en Facebook

Beginkapitaal, pagina nrs. , sluitblokje aanwezig

10



Beginkapitaal

Naam Magazine_ 5

paginanummering

dode opgeschreven zijn.
Het ziet er niet naar uit dat online winkeltieven om offline te winkelen over kan momenteel technisch gezien niet mogelijk computer iets te ruiken, voelen, of proe hedonische consument blijft bestaan, z winkels ook bestaan ■

dode opgeschreven zijn.
Het ziet er niet naar uit dat online winkeltieven om offline te winkelen over kan momenteel technisch gezien niet mogelijk computer iets te ruiken, voelen, of proe hedonische consument blijft bestaan, winkels ook bestaan X

Voorbeelden van sluitblokjes

Criteria | Spreads vormgeven in Indesign


1. **Beeld:** Er zijn 3 tot 4 beelden gebruikt; ze zijn gevarieerd van inhoud. 1 van de beelden is aflopend gebruikt.
2. **De volledige aangeleverde tekst geplaatst** en staat goed op volgorde
3. Goed gebruik van stramien (marges en kolommen)
4. Beide lettertypen (en familieleden) uit de letterproef zijn gebruikt
5. **Er is een duidelijke teksthierarchie** zichtbaar door elk tekstelement een eigen vormgeving te geven door verschil corpgrootte en/of gewicht en/of kleur
6. Juiste diversiteit bij font toewijzing (niet teveel en niet te weinig verschillende stijlen/ gewichten)
7. Er is evenwicht in de lay-out: tussen beeld en tekst en de witruimte is zo verdeeld, dat het artikel aantrekkelijk is om te lezen
8. Kadertekst (eigen tekst TAVA) is vormgegeven als kadertekst (andere kleur e.d.)
9. Beginkapitaal, paginanummering, sluitblokje zijn aanwezig
10. De broodtekst, sluitblokje en kadertekst staan op basislijn raster

Benodigde bijlagen

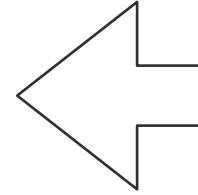
Download de bijlage opmaakregels

Of vraag print van docent.
Daarop staat o.a. de
geadviseerde corpsgrootte
voor elk tekstelement

[Link bijlage opmaakregels](#)

Hiërarchisch	Wat is het?	Corps	Regelval	Op basislijn	Bijzonderheden
HEADING (OF TITEL)	Heading, kop, of titel is de meest opvallende tekst op een pagina en geeft de kern van het verhaal weer. De kop trekt de aandacht en verleidt om verder te lezen.	Groot:100 pt (meer of minder mag)	LL, C, UITG, RL, VR		
BEGINNEN	Geeft het begin van een lange tekst aan. Hij gaat altijd over 2 of meerdere regels.		LL	✓	
CHAPEAU (OF ONDERTITEL)	Dient als een tweede kop en bevat informatie die je niet in de kop kwijt kunt. Een chapeau wordt meestal kleiner afgedrukt dan de kop en vind je meestal boven (maar soms ook onder) de kop.	ong. 40 pt. Meer/minder mag	LL, UITG, VR		
STREAMERS EN QUOTES	Dit is een tekstfragment van de platte tekst (bijvoorbeeld een quote) dat herhaald wordt in een groter en/of ander lettertype. Dit is een lokkertje om de broodtekst te gaan lezen en wordt ook wel zwerfregel genoemd.	~ 20 pt.	LL, C, VR		
INTRO	Dit is een inleiding die in een paar regels een verband maakt tussen de kop en de broodtekst.	~ 16 -18 pt.	LL, C, RL, UITG		Vergroot je interlinie met tenminste 6 pt. ten opzichte van je corps.
KOPJE	Dit is een titel van een deel van de broodtekst, waardoor deze overzichtelijker en minder saai wordt.	2 pt. > broodtekst	LL	✓	
TUSSENKOPJES	Lange teksten worden in kleinere stukken verdeeld. Elk stuk krijgt een titel waardoor het artikel luchtiger oogt, overzichtelijk wordt en makkelijker leest.	1 pt. > broodtekst	LL	✓	
BROODTEKST/BODYTEKST OF PLATTETEKST	Dit is de langste platte tekst en geeft de meeste informatie. De broodtekst is meestal opgebouwd in meerdere kolommen.	9,5 - 11 pt.	LL	✓	NOOIT over de volle breedte van je pagina. NOOIT een Bodoni-soort.
KADERTEKST	Of ook wel 'panel' is een tekst die extra (side information) verschaft bij de broodtekst. Deze wordt geplaatst in een ander lettertype en/of kader of kleurlak.	9,5 - 11 pt.	LL	✓	Optisch hetzelfde corps als de broodtekst maar niet het zelfde font. Gebruik 'æb' om ervoor te zorgen dat tekst niet tegen je kader 'plakt'.
PAGINA NR. EN MAGAZINE NAAM	Geeft duidelijk aan op welke bladzijde en in welk tijdschrift de lezer zich bevindt.	9,5 - 11 pt.	LL, RL		Paginummer en naam zijn niet hetzelfde dus gebruik diverse fonts of 'familieleden'.
AUTEUR	Tuont de eigenaars van het beeld en/of waar een foto vandaan komt of de naam van de schrijver van het artikel.	9 pt.	LL, C, RL		Door de tekst 'tekst' en/of 'beeld' een ander font te geven kan je de ' ' weglaten.
FOTOBIJSCHRIFT	Geeft informatie over de foto. Bijvoorbeeld: wie staat er op en waar.	7 pt.	LL, RL		
SLUITBLOKJE	Een sluitblokje geeft aan waar het artikel eindigt, door middel	9,5 - 11 pt.		✓	De letter 'n' is in Zapf Dingbats een ■

de PDF 'Werkvolgorde Spreads' erbij houden



Werkvolgorde Spreads.PDF

1. Download de digitale versie vanuit mamv.nl
2. In bestand zitten [hyperlinks](#) naar instructiefilmpjes
3. Volg deze werkvolgorde stap voor stap; sla geen stap over

Werkvolgorde Spreads Ontwerpen in InDesign (Volg stap voor stap)
Klik op de [hyperlinks](#) in de tekst voor instructiefilms of PDF's

Vóórdat je begint:
Zet het voorstelscherm op 'Nederlands' (nieuwe spelling) via de InDesign voorkeuren (Preferences) > zie [deze PDF](#)

- 1 Spreads aanmaken in InDesign**
 - Aantal pagina's: 4
 - Formaat pagina's als staand
 - Vink aan; pagina's naast elkaar
 - Afloop: 3 mm; buiten, boven en onder.
 - 0 mm; binnen
 - Marges: zelf instellen
 - Aantal kolommen: zoals je schets
- 2 Afbeeldingen plaatsen**
Eerst plaats je de afbeeldingen, daarna de tekst, (formaat en plek afbeeldingen kan je later nog verder aanpassen)
 - Gebruik Cmd+D om afbeeldingen te plaatsen. Zorg dat ze in CMYK en 300 DPI zijn.
 - Volg je gekozen lay-outschets. Beweeg iets niet zoals je had bedoeld? Bijvoorbeeld een te groot beeld voor de hoeveelheid tekst? Pas het dan aan.
 - Afloopgebied: minimaal 1 afbeelding staat op het afloopgebied (dus de afbeelding loopt van de paginaramp af)
- 3 Tekstomloop toepassen**
 - Open het paneel 'Tekstomloop' (via Venster).
 - Pas 'Tekstomloop' toe op:
 - > de afbeeldingen (tekst wordt weggedruvd)
 - > de streamers

Tip: Wil je in tekstomloop en tekst op een afbeelding? Klik Cmd+8 (Ctrl+8 op Windows) en vink aan 'Tekstomloop negeren' (Eng: ignore tekst wrap) > zie [uitleg Tekstomloop PDF](#)
- 4 Tekst 'in laten lopen'**
Bijvoorbeeld: laat de tekst van het artikel er in één keer inlopen. Daarna kan je de tekstkolommen verdelen over de pagina's. Hoe? Zie [dit](#) > [filmpje: Tekst in document laten lopen 0:33 min](#)
 - Dus niet de tekst uit Word kopiëren en plakken in je spreid!
 - Dan zijn de tekstkaders niet verbonden
 - Als je de tekst laat inlopen, worden de tekstkaders automatisch verbonden. Dat gebeurt niet als je tekst kopieert en plaat.
- 5 Lettertype broodtekst aanpassen**
Verander het standaardlettertype (ook!) in jouw gekozen lettertype: 'schreef'- of 'schreefloos'. > zie [het uitlegfilmpje](#) (van 1:5 sec tot 0:23 sec).
- 6 Corpsgrootte/regelafstand**
Bepaal de corpsgrootte en regelafstand van de broodtekst (ook wel 'bodytekst' / 'meesttekst')
 - Zet de regelafstand niet lager dan 'auto'.
 - 0/12: betekent corpsgrootte 10/regelafstand 12
- 7 Basislijnraster instellen**
 - Stel het basislijnraster in: val de marges.
 - Volg de uitleg in > [de PDF](#) (alleen Mac) of InDR > [Filmpje 01:43](#) Mac en Windows)
 - Zorg ervoor dat de broodtekst vast op het basislijnraster staat. > zie [PDF met uitleg](#).
- 8 Tekst andere vormgeving geven**
Belangrijk: haal deze tekstelementen uit de tekst:
 - heading
 - intro/overleiding
 - streamers
 - ludensiteitDeze tekstelementen geef je elk een apart tekstkader en een eigen vormgeving.
 - Geef elk tekstelement vorm met de gekozen lettertypen uit de letterproef: een schreef- en een schreefloos lettertype.
 - Houid deze PDF bij de hand.
 - > [filmpje: vormgeving](#) - daarin staan o.a. de geschiedende corpsgroottes per tekstelement
- 9 Beginkapitaal**
Een beginkapitaal toevoegen: ga via menu'subalk > tekst en tabellen > kies Alinea (Paragraph) > Verander het cijfer naast het icoontje met de hoofdletter 'A' naar 1, 2 of hoger.
- 10 Paginummering**
Geef automatische paginummering toe. > zie [de uitleg in deze PDF](#)
- 11 Sluitblokje**
 - Plaats een sluit teken/sluitblokje op het eind van het artikel
 - Maak een eenvoudig klein vormpje (ongeveer 2 x 2 mm) bijv. een vierkantje, letter, klavertje etc.
 - Kopieer het en plak in aan het eind van artikel
- 12 Inleunen: 2x een PDF**
 1. een PDF met zichtbaar basislijnraster
 2. een PDF zonder zichtbaar basislijnrasterVoor beide PDF's geldt:
 - Vink 'spread' aan.
 - Geen snijlijnen toevoegen

een PDF met zichtbaar basislijnraster

een PDF met zichtbaar basislijnraster

een PDF met zichtbaar basislijnraster maak je door 'Zichtbare hulplijnen en raster' aan te vinken

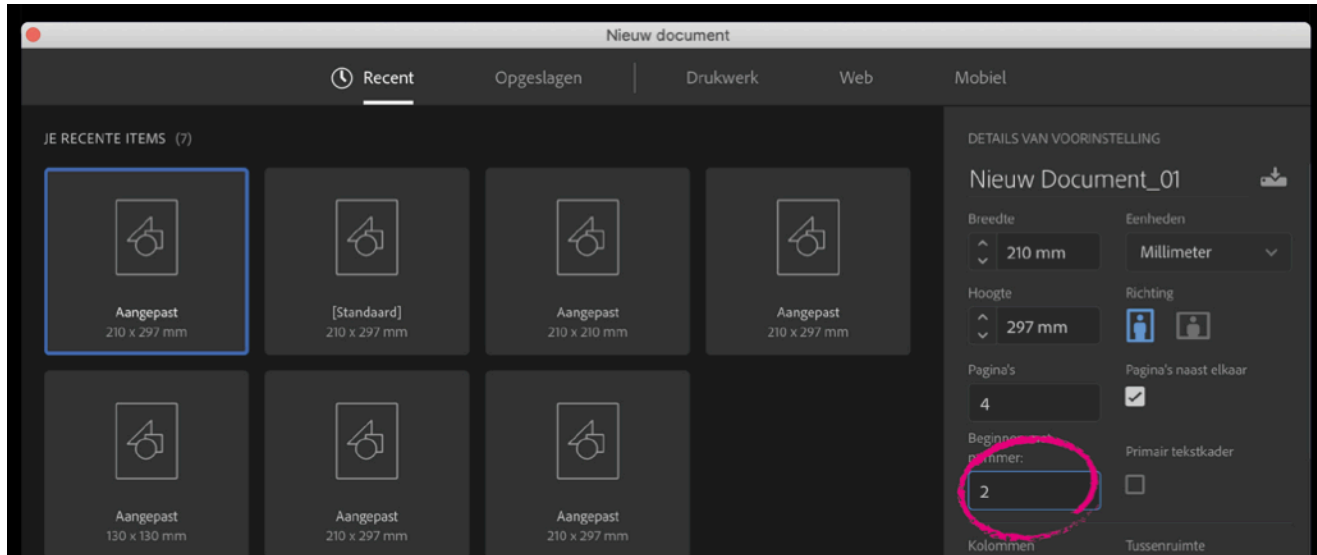
Tip: Teveel tekst?
- Alrij je de tekst niet kwijt?
 - Verklein de corpsgrootte of regelafstand (maar: regelafstand niet kleiner dan 'auto').
 - Of maak de afbeeldingen kleiner

3

4

**Hoe start je?
Werkvolgorde!**

1 In InDesign document aanmaken voor Spreads



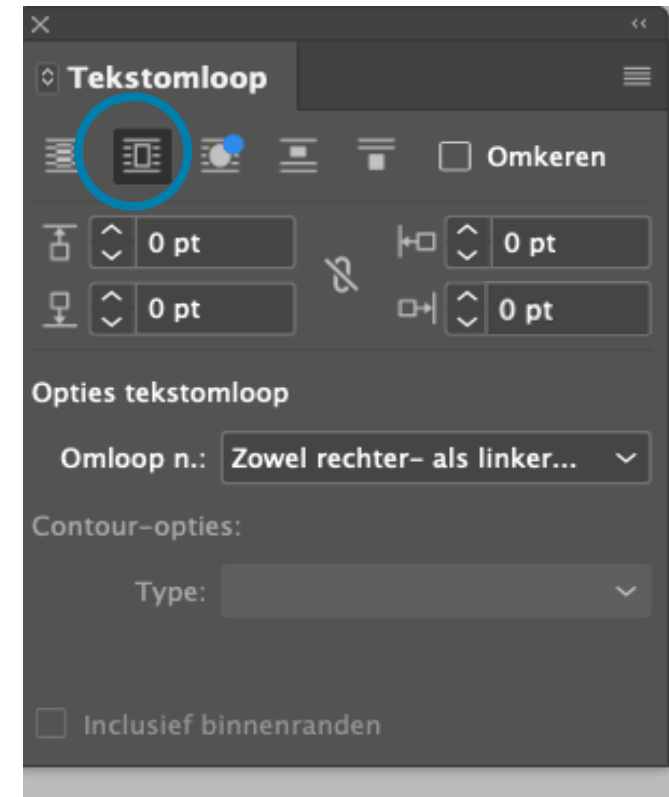
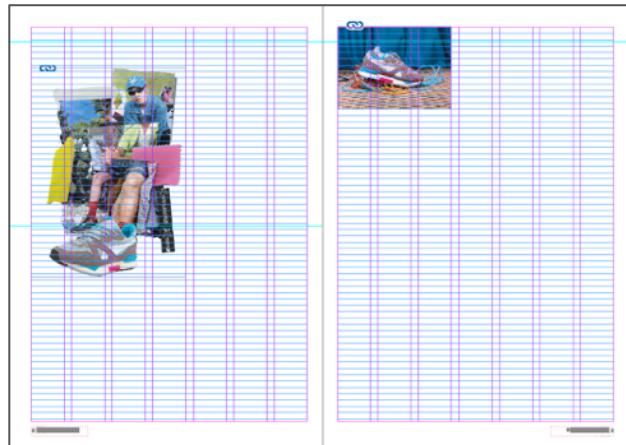
Instellingen

- A4 staand, 4 pagina's
- Aanvinken: Facing pages / Pagina's naast elkaar
- **Beginnen bij pagina: nummer 2**
- Marges: kies je zelf (*niet op de standaard laten staan: 1,27 cm*)
- Aantal kolommen: zoals je gekozen schets
- Kolomwit: 5 tot 6 mm

2/3

Start: plaats éerst de afbeeldingen

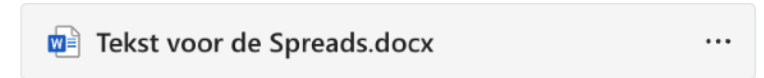
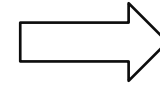
1. Volg je uitgekozen schets
2. Plaats eerst de afbeeldingen.
3. Beeld 300 ppi / CMYK
4. Pas 'tekstomloop' toe op de afbeeldingen



Venster tekstomloop

4 Ná het plaatsen van het beeld: de tekst ‘in laten lopen’

1. Download eerst de tekst voor de spreads (mamv.nl)
2. Plaats de tekst in InDesign.
Met cmd d + Shift ingedrukt kies je het Word document: ‘Tekst voor de Spreads’
3. **TEKST DUS NIET KOPIËREN EN PLAKKEN.**

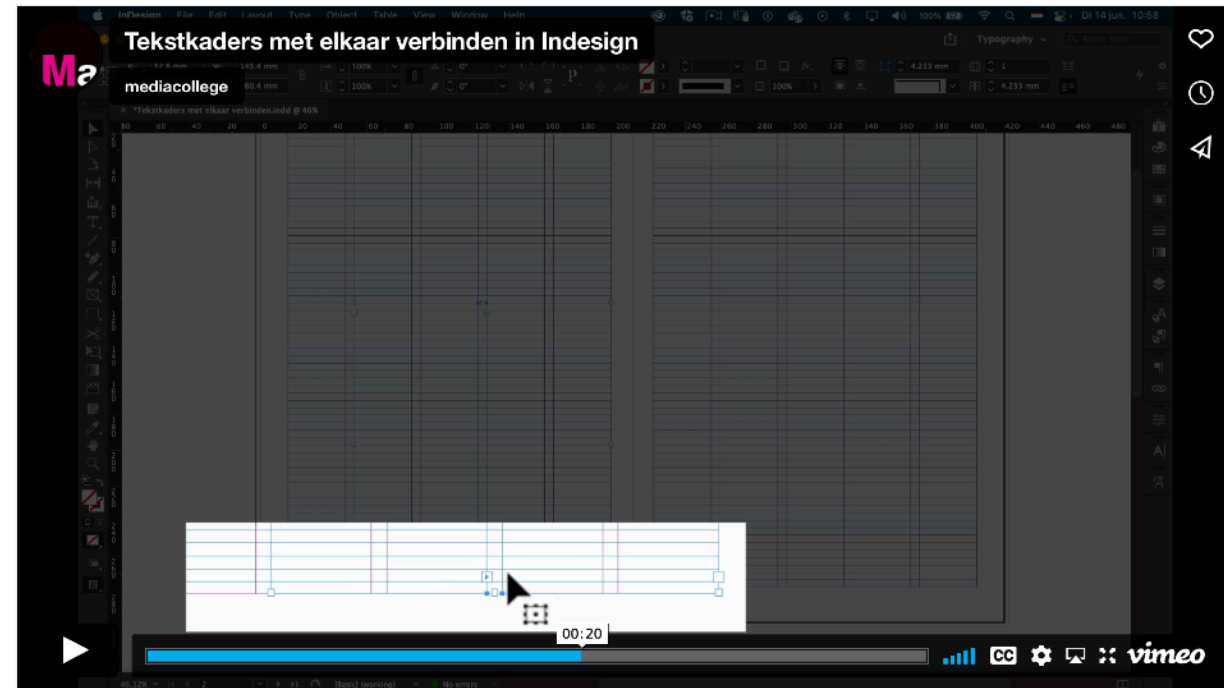


[Link naar instructiefilmpje: kijk van 0:00 tot 0:018 sec](#)

5 Tekstkaders moeten verbonden zijn

Tekstkaders zijn vanzelf verbonden wanneer je de tekst 'in laat lopen' met CMD D + SHIFT
Heb je de tekst toch gekopieerd (😞), dan moet je de tekstkaders handmatig met elkaar verbinden

Zie filmpje



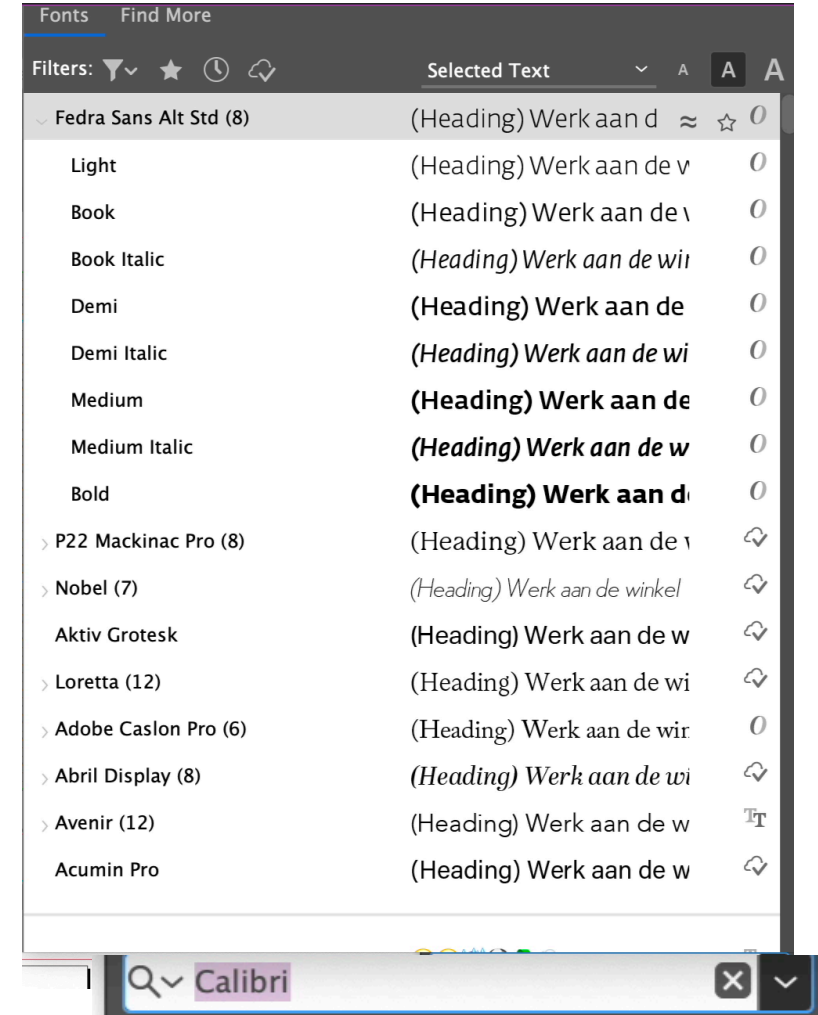
Tekstkaders met elkaar verbinden in Indesign



6 Lettertype broodtekst aanpassen

Verander het standaardlettertype (calibri) in jouw gekozen lettertype: schreef- of schreefloos).

Weet je niet hoe?
>[zie het uitlegfilmpje](#)
(0:18 sec tot 0:28 sec).



7 Is jouw InDesign in Engels?

- Check het filmpje *vanaf 0:28 - 0:40 sec*
- Zet de taal op Nederlands
- Laat je de taal staan in het Engels:
dan krijg je rare woordafbrekingen



Selecteer alle tekst en verander in eigen lettertype

Kopij (tekst) 'in laten lopen' in Indesign

196 views · 2 years ago Ad

📌 ❤️ 📁 ⌚ ⬇️ 📄 Transcript

 **mediacollege** Follow

In InDesign
0:00 Met cmd D (ctrl D Windows) je kopij plaatsen, hou Shift ingedrukt, dan zet Indesign alle kopij in 1 keer in tekstkolommen op je pagina's
0:18 Hoe je het standaardlettertype van de geïmporteerde broodtekst veranderd in jouw lettertype
0:28: hoe je de taal op Nederlands zet (als je de Engelse versie van Indesign hebt)
0:42: hoe je de tekstkolommen samenvoegt en verdeelt over de pagina's

Uploaded on 12 jun 2022 at 12:46

Onderaan het filmpje staat aangegeven waar je wezen moet

[Link naar filmpje](#)



Eigen tekstkader voor kop, intro, streamers, kadertekst



**Kop, Bovenkop,
Intro, Streamers
en Kadertekst een
eigen tekstkader
geven**

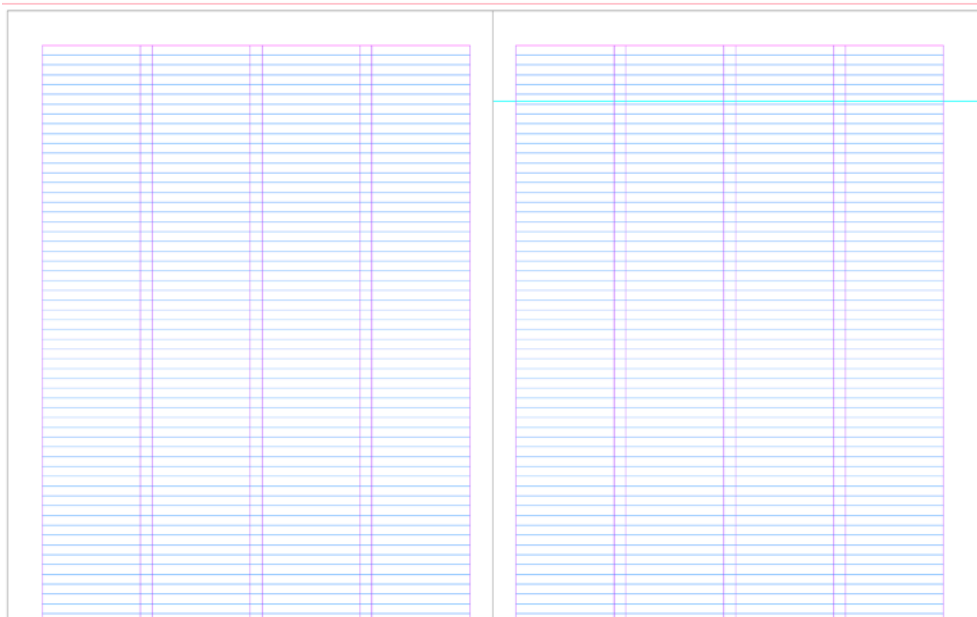
Hoe geef je een intro, kop (enz.) een eigen tekstkader?

1. Knip de intro (enz.) uit de tekst met: cmd x
(Windows: Ctrl x)
2. Plak met: cmd v (Wind: Ctrl v)
3. Ze worden in een nieuw, eigen tekstkader geplakt
4. Geef ze een eigen vormgeving

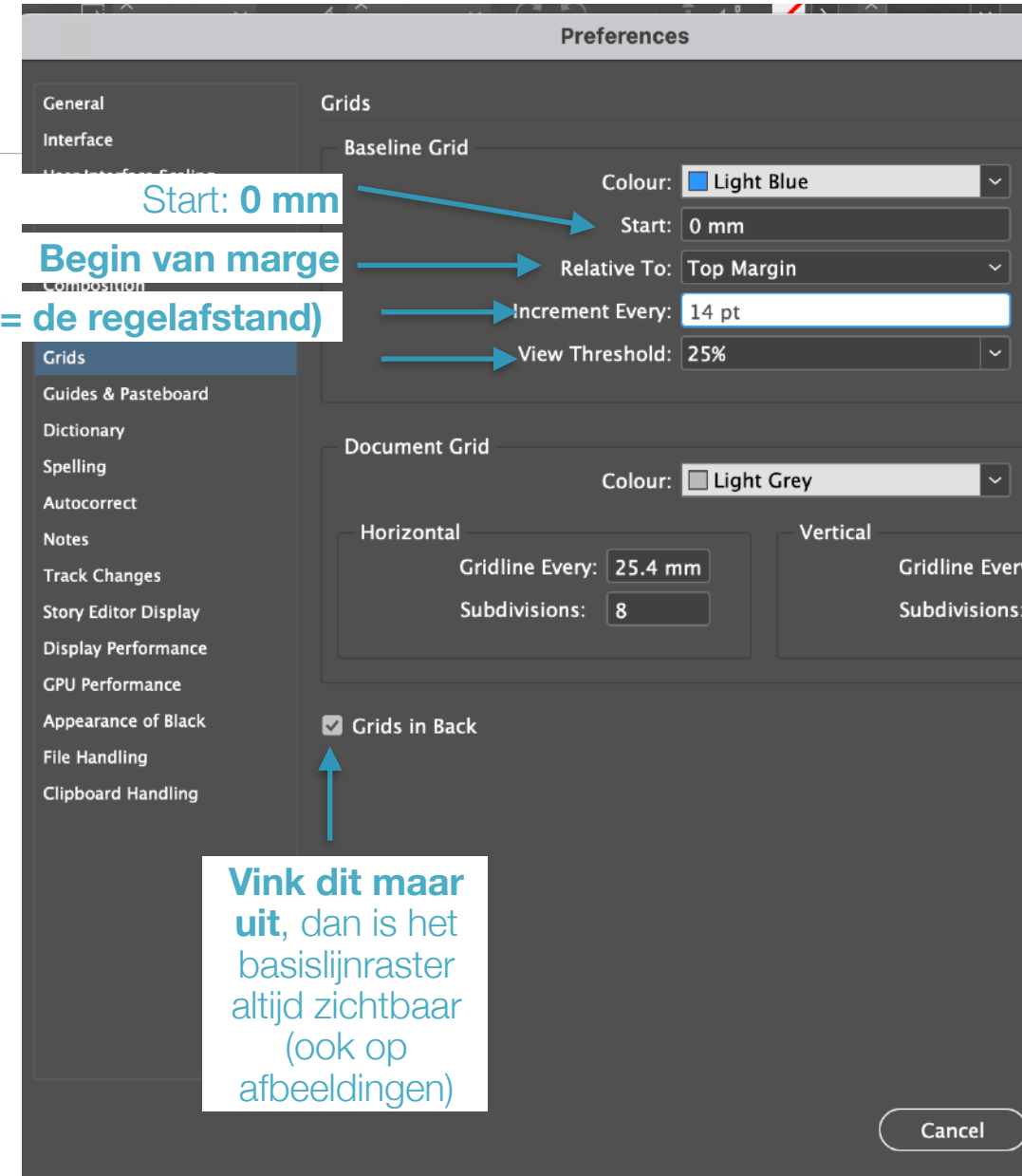
Basislijn raster instellen

Bepaal de corpgs grootte en de **regelafstand** van de broodtekst (bodytekst)

Toename bij elke (= de regelafstand)



Basislijn raster



10

Zo ziet de tekst eruit zonder basislijn raster

nduciis et omniam everibus.
Apitat. Est explit dersperum eos sedist, volupta es-
sunti atenda corunto et, occum quis mint quis volup-
tassit aborrunt tibuscit quantum doluptatur, vel esti
doluit erro eaquatus invendae sed modi anda porror
sapidenime eribust vit fuga. Iliquo derum int omnis
eos nosant ut voluptas volesed quunt expel int, qua-
tusant expero coriand ipsusda estiamus assimaioire
lab ipitas modipsae sequi re rerciet que nonsecum,
sequate cuptum quis etus.
Dipis suntotatur? Quia suntur soluptae pratiatium et
latiundeles adipspapienim quae volupta quatur ratius
im et quo cullab ide quias miligent debitemquo mos

idustrum fugitatur? Quia apis aut laborem facti dea
si de vollest, solorro disque comnis por sequi omni
oditati nciasin pa necust aliquis truntur, a volupta
eptatet alic tem rectur aut laccate etusandis cor-
porem rercis cum, cus net quostio. Rum quis dolendi
tasped quo blabore sunt el eum enia prat odignis
sinciendi dollorepta natur mincilla esequi arunt expe-
rum fuga. Ipiet digendu cipsam idem qui acea nonse
rerio quas verferum qui volorer enimagnatum voles
renihilit ipsunt por modisti dolum, to excest, omnim-
ag nianis sed quaecto tem que nonsequam sam, ad
ut porem ressimi, se dolupturis esti occus maio tem.
Nam quatur aut dolenducipsa descillore dem. Ugitia

10

Met basislijn raster

nduciis et omniam everibus.

Apitat. Est explit dersperum eos sedist, volupta es-
sunti atenda corunto et, occum quis mint quis volup-
tassit aborrun tibuscit quantum doluptatur, vel esti
dolul erro eaquatus invendae sed modi anda porror
sapidenime eribust vit fuga. Iliquo derum int omnis
eos nosant ut voluptas volesed quunt expel int, qua-
tusant expero coriand ipsusda estiamus assimaiore
lab ipitas modipsae sequi re rerciet que nonsecum,
sequate cuptum quis etus.

Dipis suntotatur? Quia suntur soluptae pratiatum et
latiundeles adipspapienim quae volupta quatur ratius
im et quo cullab ide quias miligent debitemquo mos

Ibustrum fugitatur? Quias apis aut laborem faci bea
si de vollest, solorro disque comnis por sequi omni
oditati nciasin pa necust aliquis truntiur, a volupta
eptatet alic tem rectur aut laccate etusandis cor-
porem rerciiis cum, cus net quostio. Rum quis dolendi
tasped quo blabore sunt el eum enia prat odignis
sinciendi dollorepta natur mincilla esequi arunt expe-
rum fuga. Ipiet digendu cipsam idem qui acea nonse
rerio quas verferum qui volorer enimagnatum voles
renihilit ipsunt por modisti dolum, to excess, omnim-
ag nianis sed quaecto tem que nonsequam sam, ad
ut porem ressimi, se dolupturis esti occus maio tem.
Nam quatur aut dolenducipsa descillore dem. Ugitia


**Hoe en wat lever
je in?**

Hoe lever je in?

2 keer een PDF

1. één PDF mét zichtbaar basislijn raster
2. één PDF zónder zichtbaar basislijn raster

Nederlanders meest 'onbeleefde' online klanten



Inski, digitaal strateeg bij het Rotterdamse bureau LSM. "De marges staan in heel veel sectoren onder druk en de grote spelers worden steeds groter. Stenen winkels hebben natuurlijk ook maar een beperkt aantal vierkante meters om hun waren te presenteren. Je moet daarom ook onlinekanalen hebben."

Een webwinkel is volgens Berlinski een onderdeel van het hele aankoopproces. "Je moet digitaal en fysiek als het ware in elkaar laten overlopen. Een onlinekanaal kan heel geschikt zijn om klanten te begeleiden naar een aankoop, of die nu online of in de winkelstraat wordt gedaan." Maar dan moeten ondernemers hun klanten wel vast zien te houden en daar schort het nogal eens aan. Liefst 80 procent van de bestudeerde merken slaagt er niet in om eenmalige kopers aan zich te binden. "Retailers verzamelen wel veel data van klanten en hun loyaliteit, maar weten nog niet precies hoe ze deze gegevens moeten omzetten naar manieren om klanten terug te laten keren."

Chatbots
Inmiddels heeft één op de drie van de honderd onderzochte merken een livechat op de site door middel van een chatbot. Maar ook daar moet aan gesleuteld worden. Op dit moment roepen deze chatbots vooral irritatie op, zo blijkt uit een Nederlands onderzoek. Uit een ander onderzoek blijkt dat Nederlandse consumenten die in gesprek gaan met die computergestuurde chats de meest 'onbeleefde' klanten zijn van de onderzochte Europese landen. 62 procent van de onderzochte bedrijven geeft aan dat je prof tegen chatbots wordt gesproken. Dit komt mede omdat empathie, zeker bij gefrustreerde en boze klanten, ontbreekt. Toch voorspelt men dat dit binnen korte tijd wordt verholpen."

Social media
Uit onderzoek van Ruigrok NetPanel blijkt dat consumenten social media vooral gebruiken om met vrienden te communiceren (58%), terwijl Babyboomers juist niet willen (slechts

Deze sneaker is online het best verkochte model in de stenen winkel verkoopt het nauwelijks.

maar ook dat online shoppen via social steeds populairder wordt: 38% van de consumenten heeft in het afgelopen jaar producten via social media gekocht. 96% van de Nederlanders is actief op social media. Gemiddeld maakt men gebruik van 3,4 sociale netwerken. Na een kleinedaling lijkt het aantal actieve gebruikers op Facebook stabiel. Alleen het gebruik van Instagram is dit jaar significant gegroeid ten opzichte van vorig jaar. Nieuwkomer TikTok heeft onder de totale populatie van 18 jaar en ouder tot nu toe slechts een klein aandeel. Als webshop kun je dus niet meer op social media hien. Allereerst is het belangrijk om een goede social media strategie te ontwikkelen per doelgroep en per doel. Wanneer je op zoek bent naar nieuwe medewerkers, is het verstandig om je bedrijf goed te profileren via LinkedIn, maar wil je je doelgroep inspireren, dan kun je beter richten op Instagram en Facebook. Is je doelgroep wat ouder? Ga dan ook voor Facebook en laat Snapchat en TikTok links liggen. Het is dus zaak je goed te verspreiden in je doelgroep en in de social media.

Dit kan je onder andere doen door je te verdiepen in wat jouw doelgroep bezig houdt, en dit te laten terugkomen in je social media content. Zo zien we bijvoorbeeld veel verschillen tussen de generaties in wat zij op Instagram graag bekijken. De Digtitners zien bijvoorbeeld graag herf hun voorkeur (43%), terwijl Babyboomers dat juist niet willen (slechts

4 __Naam Magazine

1 keer *mét* zichtbare hulplijnen en basislijn raster

Nederlanders meest 'onbeleefde' online klanten



omnichannel aanpak", stellen de rapporteurs. Met omnichannel worden winkels bedoeld die hun spullen zowel online als in een stenen winkel aan de man brengen. En wie in de retail wil overleven zal op beide fronten of uitsluitend online actief moeten zijn, vertelt Sander Berlinski, digitaal strateeg bij het Rotterdamse bureau LSM. "De marges staan in heel veel sectoren onder druk en de grote spelers worden steeds groter. Stenen winkels hebben natuurlijk ook maar een beperkt aantal vierkante meters om hun waren te presenteren. Je moet daarom ook onlinekanalen hebben."

Een webwinkel is volgens Berlinski een onderdeel van het hele aankoopproces. "Je moet digitaal en fysiek als het ware in elkaar laten overlopen. Een onlinekanaal kan heel geschikt zijn om klanten te begeleiden naar een aankoop, of die nu online of in de winkelstraat wordt gedaan." Maar dan moeten ondernemers hun klanten wel vast zien te houden en daar schort het nogal eens aan. Liefst 80 procent van de bestudeerde merken slaagt er niet in om eenmalige kopers aan zich te binden. "Retailers verzamelen wel veel data van klanten en hun loyaliteit, maar weten nog niet precies hoe ze deze gegevens moeten omzetten naar manieren om klanten terug te laten keren."

Chatbots
Inmiddels heeft één op de drie van de honderd onderzochte merken een livechat op de site door middel van een chatbot. Maar ook daar moet aan gesleuteld worden. Op dit moment roepen deze chatbots vooral irritatie op, zo blijkt uit een Nederlands onderzoek. Uit een ander onderzoek blijkt dat Nederlandse consumenten die in gesprek gaan met die computergestuurde chats de meest 'onbeleefde' klanten zijn van de onderzochte Europese landen. 62 procent van de onderzochte bedrijven geeft aan dat er prof tegen chatbots wordt gesproken. Dit komt mede omdat empathie, zeker bij gefrustreerde en boze klanten, ontbreekt. Toch voorspelt men dat dit binnen korte tijd wordt verholpen."

Social media
Uit onderzoek van Ruigrok NetPanel blijkt dat consumenten social media vooral gebruiken om met vrienden te communiceren (58%), maar ook dat online shoppen via social steeds populairder wordt: 38% van de consumenten heeft in het afgelopen jaar producten via social media gekocht. 96% van de Nederlanders is actief op social media. Gemiddeld maakt men gebruik van 3,4 sociale netwerken. Na een kleine daling lijkt het aantal actieve gebruikers op Facebook stabiel. Alleen het gebruik van Instagram is dit jaar significant gegroeid ten opzichte van vorig jaar. Nieuwkomer TikTok heeft onder de totale populatie van 18 jaar en ouder tot nu toe slechts een klein aandeel. Als webshop kun je dus

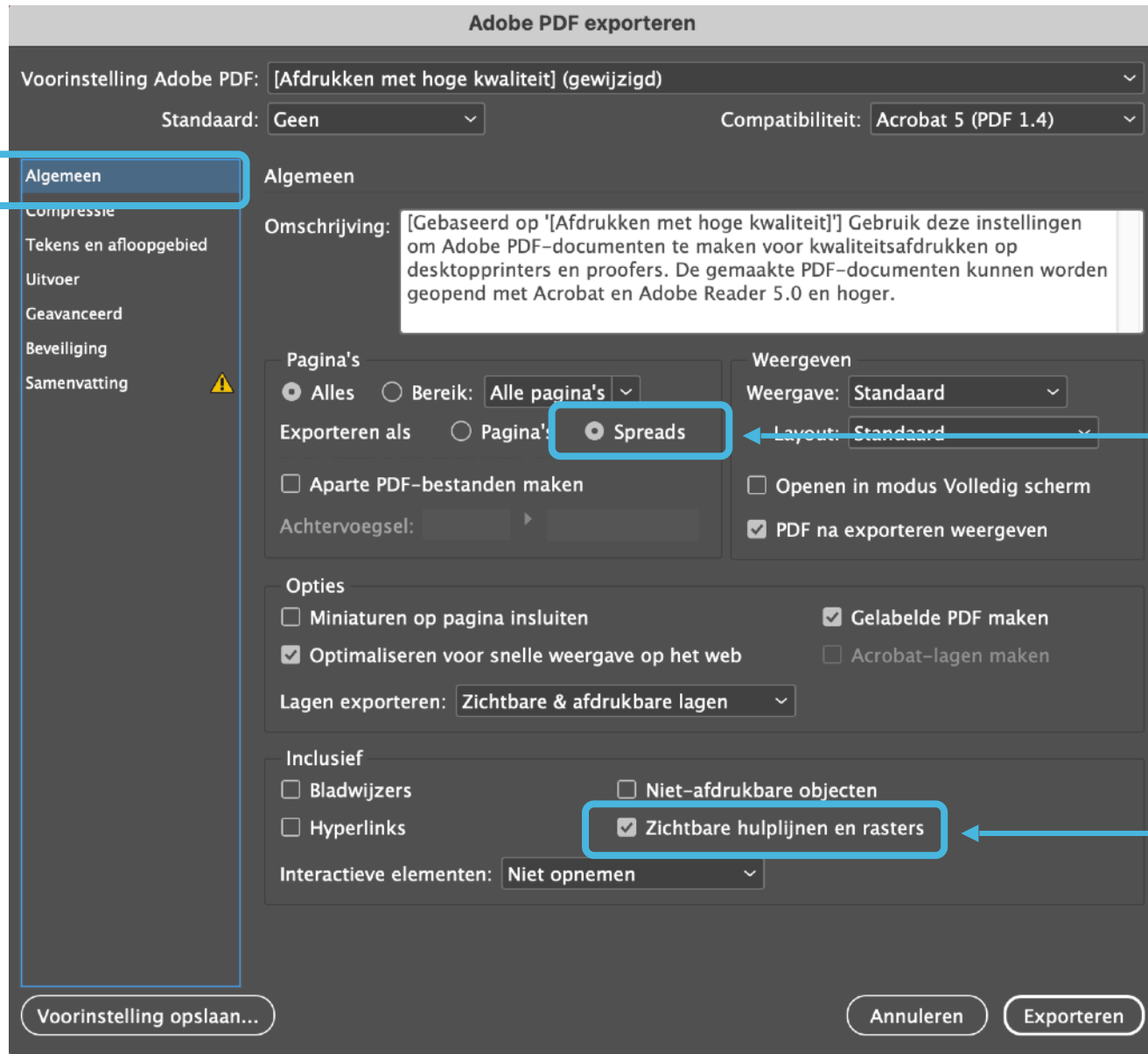
niet meer om social media heen. Allereerst is het belangrijk om een goede social-mediastrategie te ontwikkelen per doelgroep en per doel. Wanneer je op zoek bent naar medewerkers, is het verstandig om je bedrijf goed te profileren via LinkedIn, maar wil je je doelgroep inspireren, dan kun je beter richten op Instagram en Facebook. Is je doelgroep wat ouder? Ga dan ook voor Facebook en laat Snapchat en TikTok links liggen. Het is dus zaak je goed te verdiepen in je doelgroep en in de social media.

Inspireren van je doelgroep doe je op Instagram en Facebook
Dit kan je onder andere doen door je te verdiepen in wat jouw doelgroep bezig houdt, en dit te laten terugkomen in je social media content. Zo zien we bijvoorbeeld veel verschillen tussen de generaties in wat zij op Instagram graag bekijken. De Digtitners zien bijvoorbeeld graag herf hun voorkeur (43%), terwijl Babyboomers dat juist niet willen (slechts 3% wel). Millennials zien graag content over reizen (42%), lifestyle (39%) en zitten minder te wachten op games en auto's, motoren en voertuigen (15%). Generatie X wil meer weten over reizen (35%) en huishouding (30%) de Babyboomers hebben vooral interesse in reizen (26%), recepten en restaurants (23%) en natuur (22%). Wie ze Instagramgebruikers dit kanaal vaak gebruiken om berichten en stories te bekijken.

4 __Naam Magazine

1 keer *zonder* zichtbare hulplijnen en basislijn raster

PDF's exporteren:



Vink 'spreads' altijd aan, wanneer je spreads ontwerpt

Voor PDF met zichtbaar raster: Zichtbare hulplijnen en rasters aanvinken

Succes!