

# ONDERZOEK SOCIAL MEDIA CONTENT



Geschreven en gemaakt door: Daniell Verwegen  
Groep: The Media Company  
Semester: 2  
Opdrachtgever/voor: Sjors de haas (DEHAZE)

# ONDERZOEK NAAR DE SOCIALS

## HOE BEN IK BEGONNEN?

Het belangrijkste is om te begrijpen wie je wilt bereiken (doelgroep) maar daarbij moet je ook nadenken waar je die mensen dan het beste bereikt. Mensen op Facebook zijn over het algemeen ouder dan gebruikers van TikTok, daardoor kan het content wat je deelt soms verschillen per platform. Daarom heb ik eerst per platform uitgezocht welke audience daar het beste aan te spreken is en wat populair is op die platformen.

In dit project ben ik vooral bezig geweest met het bedenken en ontwerpen van de social media content, bijvoorbeeld Youtube banners, Instagram profielfoto's en feeds, spotify banners etc. Hierbij houd ik rekening met de doelen van de artiest en wie zijn doelgroep is.

In dit document schrijf ik hoe ik ben gekomen op mijn ontwerpen en leg ik de stappen uit die ik heb gemaakt om mijn keuzes te beargumenteren.

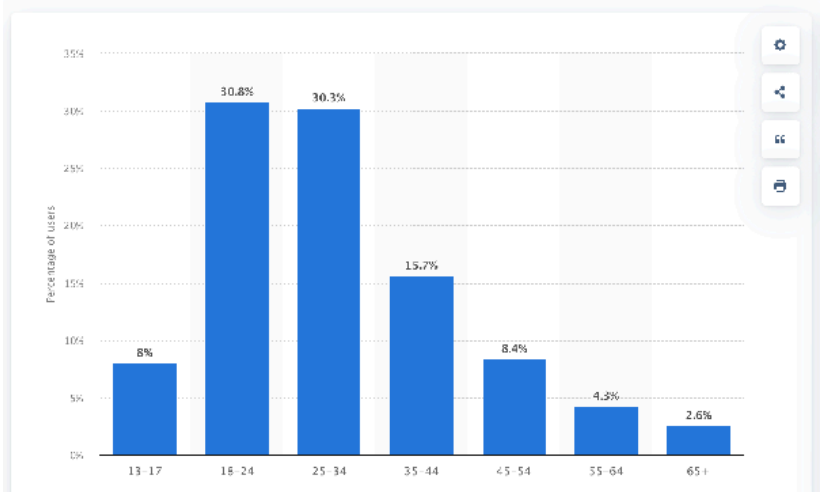
## SOCIALS - CONTENT

Zoals ik al eerder zij heb ik per platform allereerst gekeken welke doelgroepen daarop te bereiken zijn. Daarom heb ik even per social media platform de gemiddelde leeftijd van een gebruiker opgezocht en waar de platformen vooral voor gebruikt worden.

### INSTAGRAM

- 18-34 jr.
- Foto's
- Reels
- Story's
- Lifestyle & Personal content populair.

Distribution of Instagram users worldwide as of January 2023



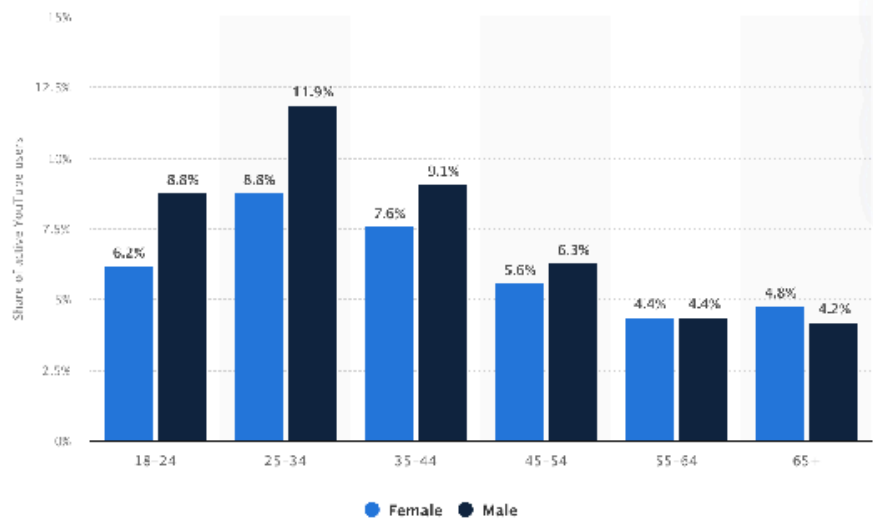
### TIKTOK

- 16-24 jr.
- Korte video's
- Trends
- Muziek & dans, lip sync
- Humor & lifestyle

## YOUTUBE

- 25-34 jr.
- Shorts
- Video's
- Day in the life video's, vlogs, muziek.

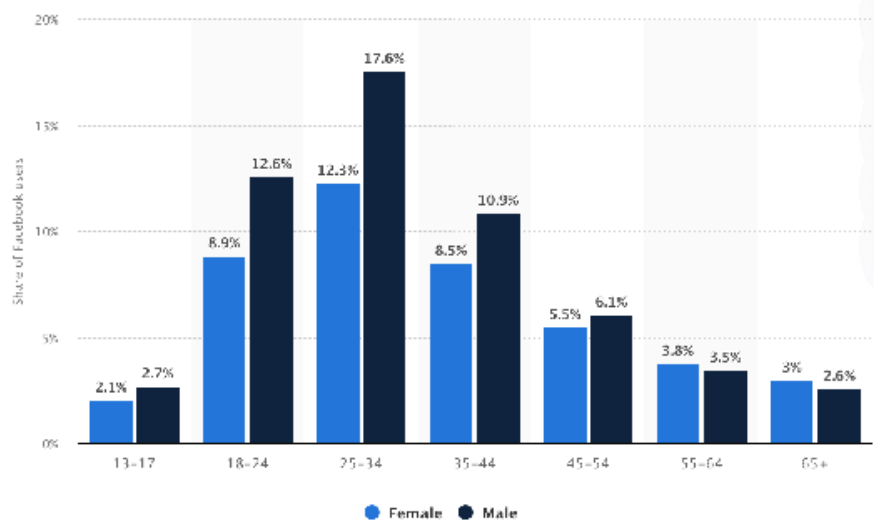
Distribution of YouTube users worldwide as of January 2023



## FACEBOOK

- 25-34 jr.
- Persoonlijke updates
- Nieuws over events
- Video's en foto's

Distribution of Facebook users worldwide as of January 2023



## SOURCES

<https://www.statista.com/statistics/376128/facebook-global-user-age-distribution/>

<https://chat.openai.com/chat>

<https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/>

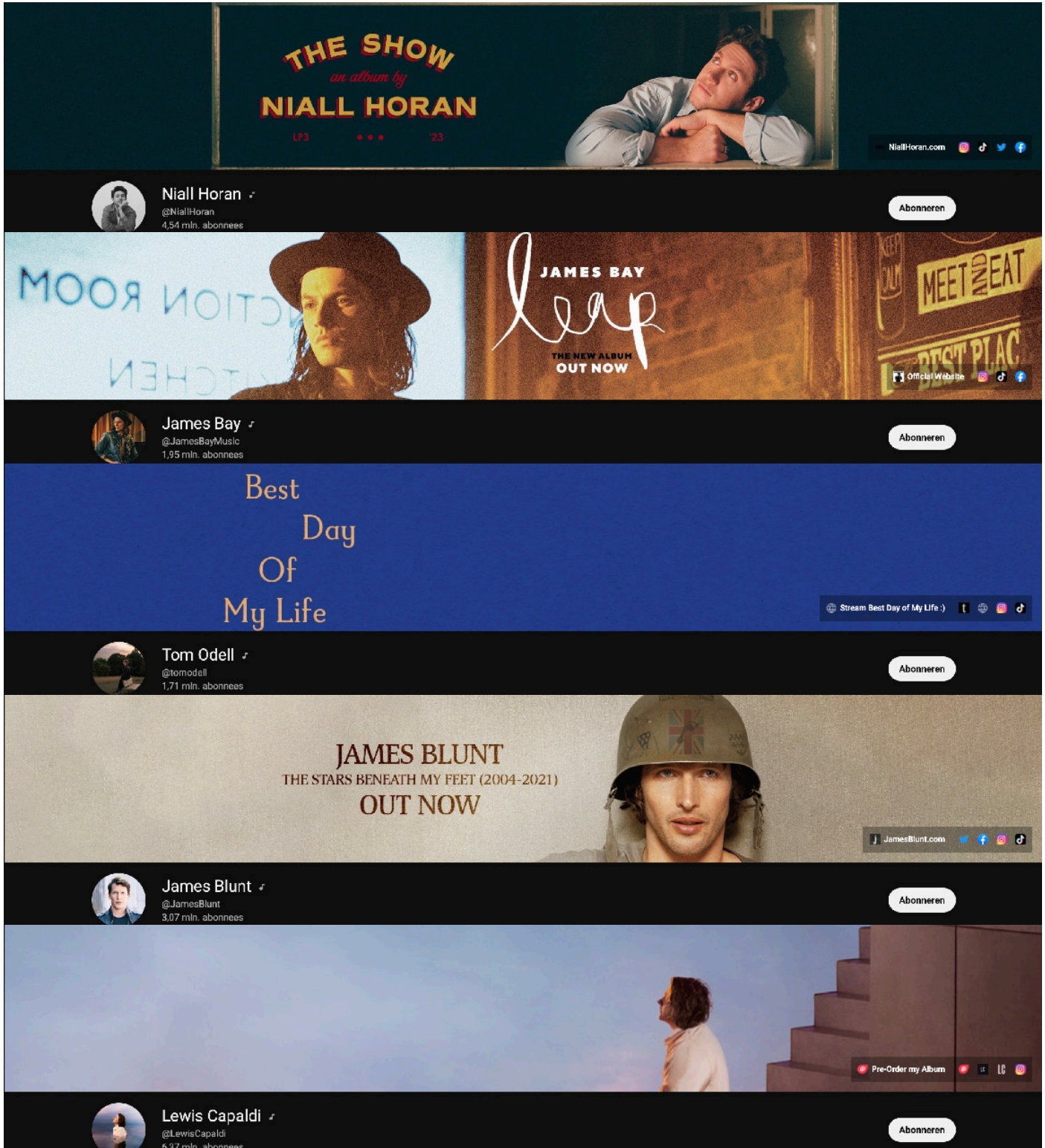
<https://www.oberlo.com/statistics/what-age-group-uses-social-media-the-most>

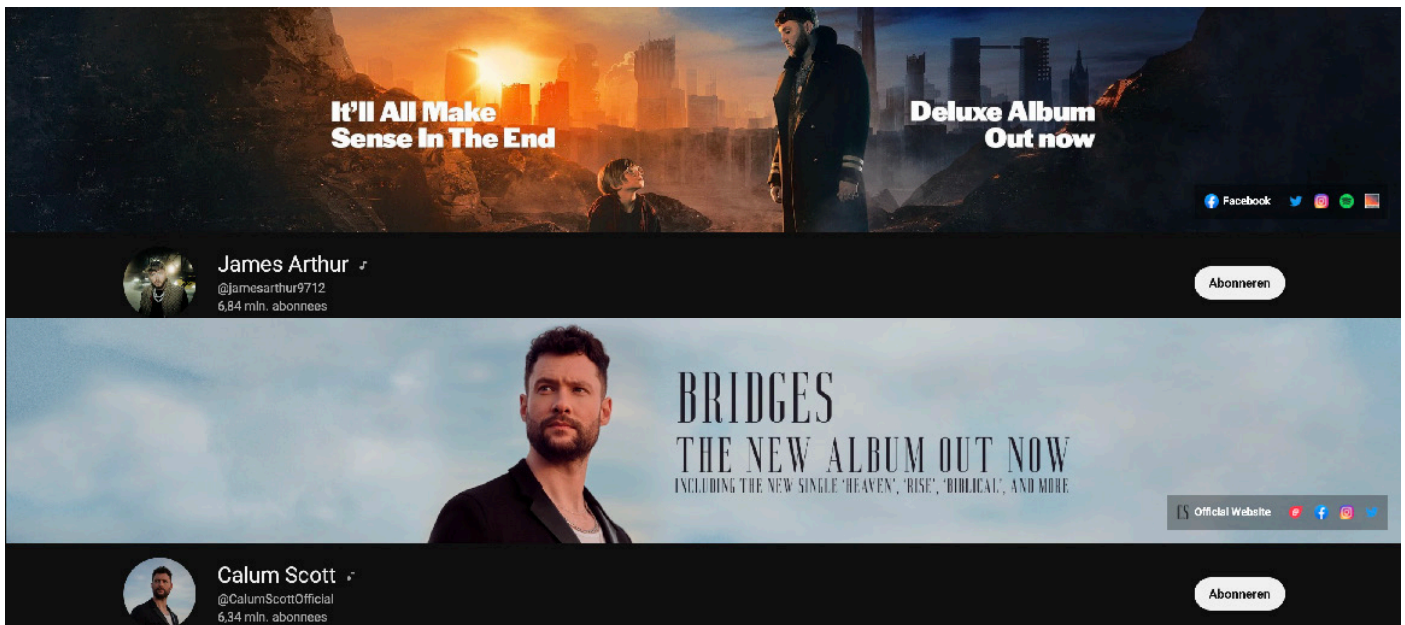


# BANNERS

Bij het maken van een banner ben ik begonnen met het oriënteren van andere vergelijkbare artiesten en me laten inspireren door hoe zij dit hebben aangepakt.

## YOUTUBE BANNERS - INSPIRATIE

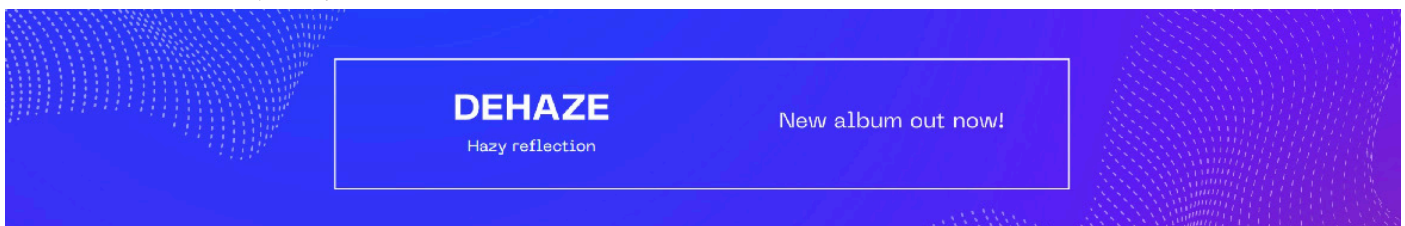




Wat mij opviel bij deze banners is dat ze vaak hun laatste album promoten, verder is de banner kort, simpel en krachtig. Ze moeten duidelijk en leesbaar zijn, korte zinnen/teksten, simpele teksten en een duidelijk boodschap overbrengen.

## DEHAZE YOUTUBE BANNERS

Bij deze banner heb ik gebruik gemaakt van het kleuren pallette en de golvende stipjes representeren zijn dynamische kernwaarde



Bij deze banner heb ik het simpel en krachtig gehouden door alleen zijn naam te weer-geven en de achtergrond sluit aan op zijn muziekstijl.

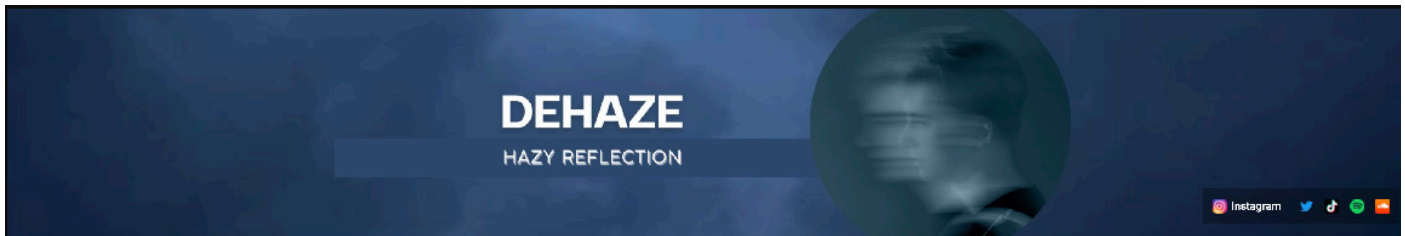
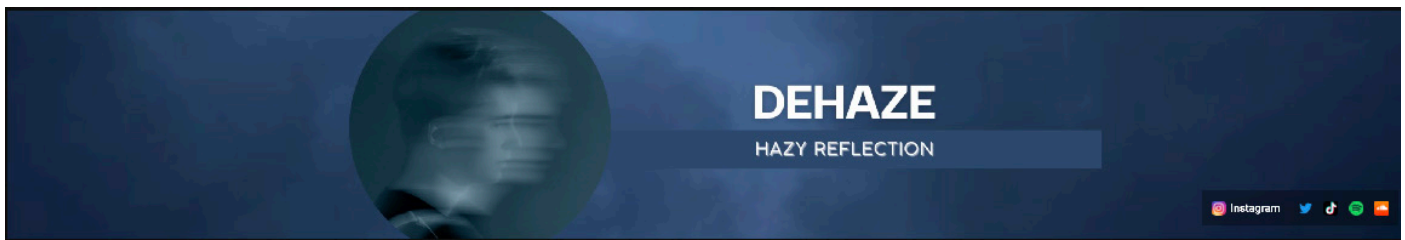


Bij de volgende banners ben ik gaan iterteren welke het beste past, hierbij wilde ik later ook met behulp van user experiences en feedback samen met de artiest bepalen welke het beste past.





Persoonlijk vond ik deze banner goed en mooi passen bij DEHAZE, omdat hier zijn kerwaardes en zijn muziek heel erg in terugkomen, daarom heb ik bij dit design meerdere schetsen/ontwerpen gemaakt.



## ALBUM/SONG COVER ALS BANNER

Idealiter plaats je de meest recente of het album/song cover die je wilt promoten als banner, dit doe je dan op ieder social media platform (m.u.v. Spotify). Mensen houden graag van erkenning, bij de meeste artiesten zie je dan ook vaak dezelfde banner op ieder platform.

De laatste 3 zijn dan ook een voorbeeld hiervan, hier heb ik het hoofd (Dat het album cover is, bedacht door Yui) gebruikt als banner.

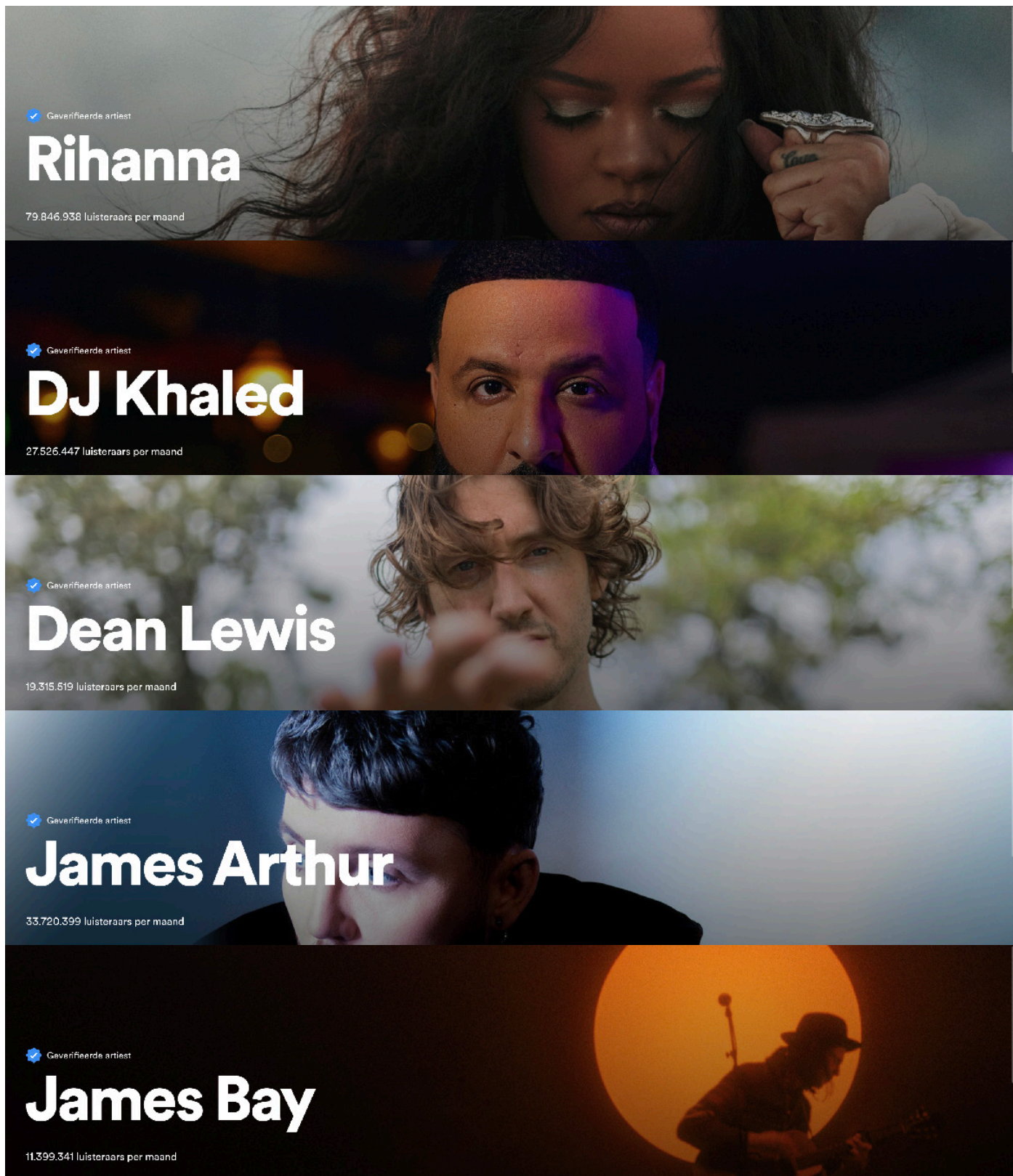
De reden waarom de uitzondering is op Spotify is omdat je vaak als luisteraar al op de desbetreffende artiest zijn pagina bent en is er dus geen reden om nogmaals te promoten. Daarover vertel ik meer op de volgende pagina.





## SPOTIFY BANNERS - INSPIRATIE

Hieronder staan een aantal voorbeelden hoe andere artiesten hun Spotify banner hebben ingesteld.



Zoals je kunt zien doen vrijwel de meeste bekende artiesten hetzelfde als de ander, ze plaatsen zonder tekst een foto waar zij zichzelf op laten zien. Zodat je duidelijk ziet wie de artiest is.



## SPOFITY BANNER DEHAZE

Mijn idee voor DEHAZE zijn banner is dus hetzelfde. Een persoonlijk foto van hemzelf.



## FEEDBACK

De feedback die ik op de bovenstaande banner kreeg was dat hij hier te klein op stond waardoor het effect zoals bij de artiesten toch net miste. Hierdoor leek het alsof hij een soort van “schoolfoto” had en een klein jongetje leek. Daarom heb ik bij de onderstaande banner iets meer ingezoomd en zijn hoofd afgesneden zoals bij de artiesten.

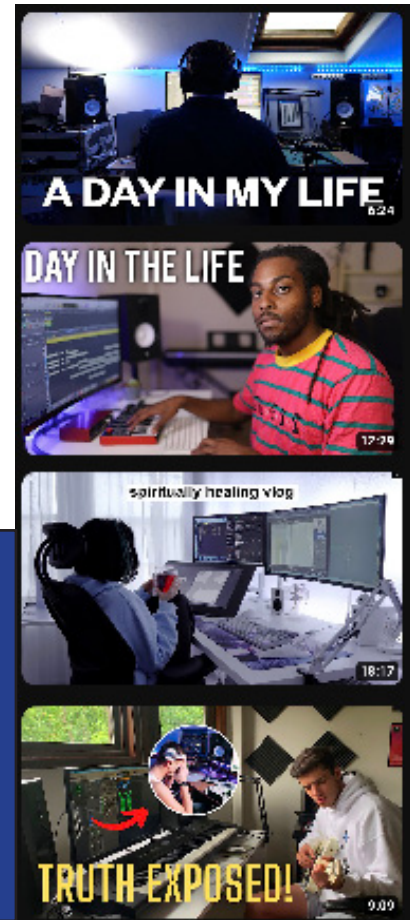
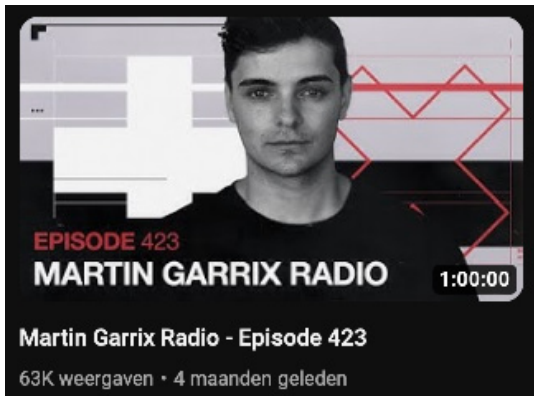


# THUMBNAILS

## YOUTUBE THUMBNAILS - INSPIRATIE

Op Youtube is het vaak interessant om niet alleen song-video's te uploaden maar ook om je fans en kijkers mee te nemen in een "day in the life". Dit vinden ze vaak interessant omdat het dan voelt alsof je een dagje met ze mag meelopen in het echt. Zo zie je hoe jouw favoriete artiest of persoon zijn creaties maakt.

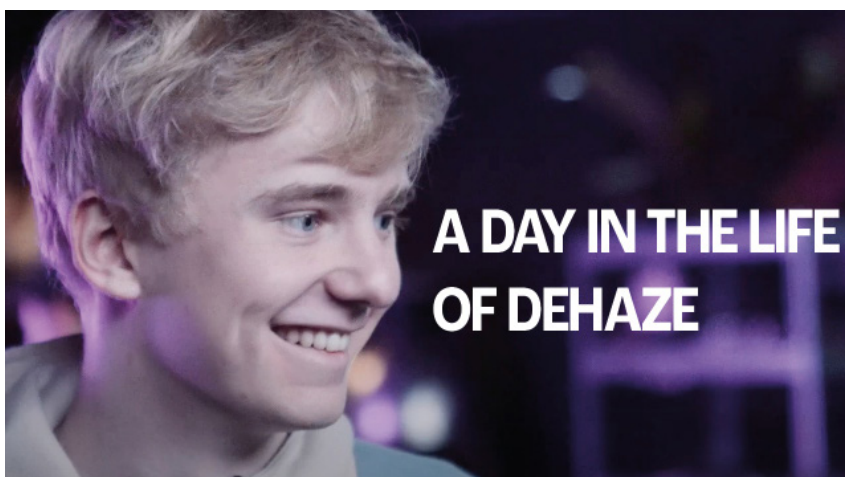
Hiervoor heb ik me georiënteerd op andere muzikanten die zoiets hebben gedeeld en hoe zij hun thumbnails hebben weergegeven.



## YOUTUBE THUMBNAILS

Persoonlijk denk ik dat het goed voor DEHAZE zou zijn als hij een "Day in the life" video post. Of net als de artiest Martin Garrix een serie maakt.

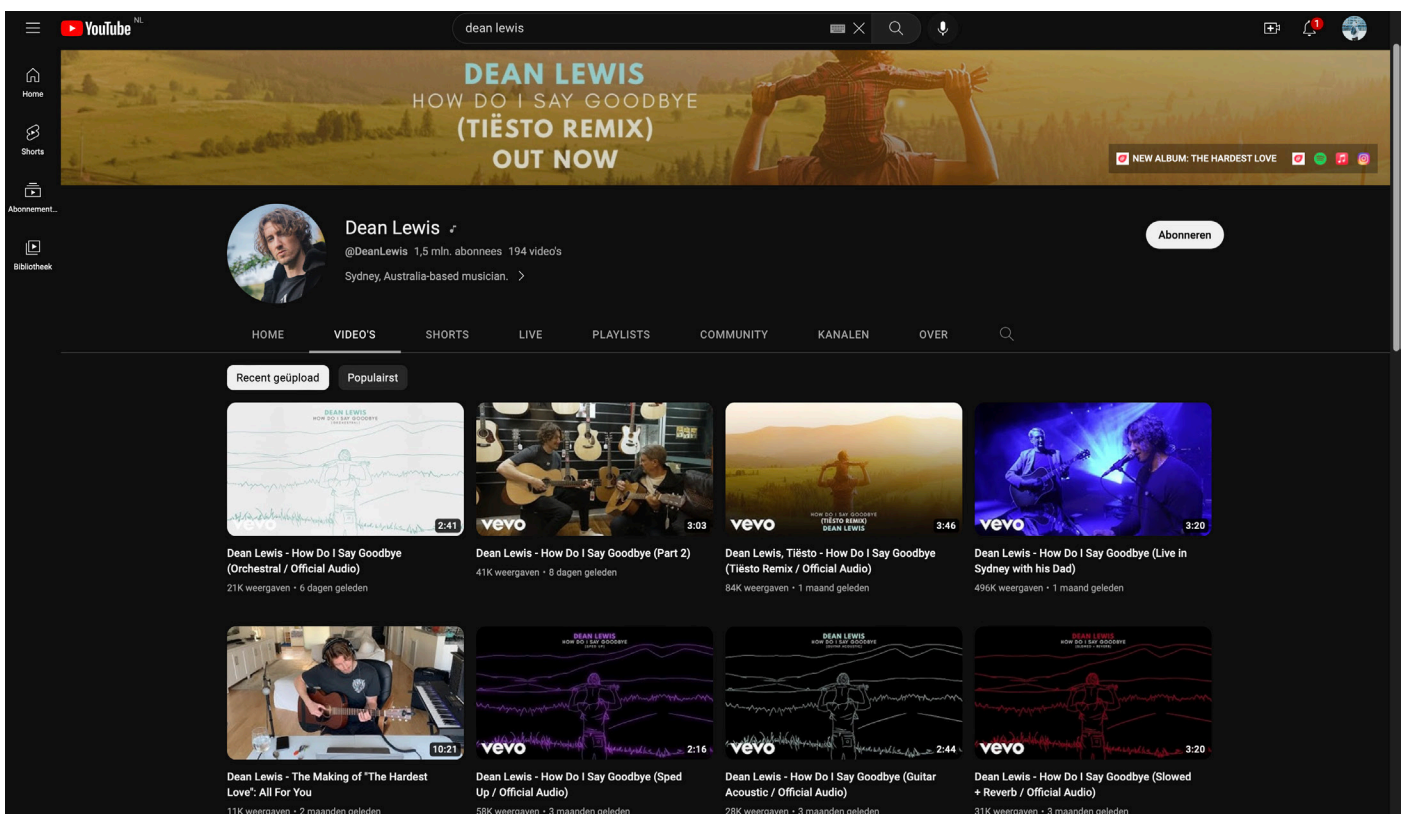
Hiervoor heb ik een thumbnail opgezet.



# YOUTUBE FEED

Op Youtube is het ook belangrijk dat je veel consistentie hebt waardoor fans jouw content meteen herkennen, daarbij is het ook belangrijk dat je een aantrekkelijke thumbnail hebt. Zo gebruik je voor de “A day in the life” natuurlijk een andere thumbnail dan voor een song cover. Een mooi en overzichtelijke Youtube feed ziet er dan ook het liefst zo uit:

## YOUTUBE FEED - INSPIRATIE

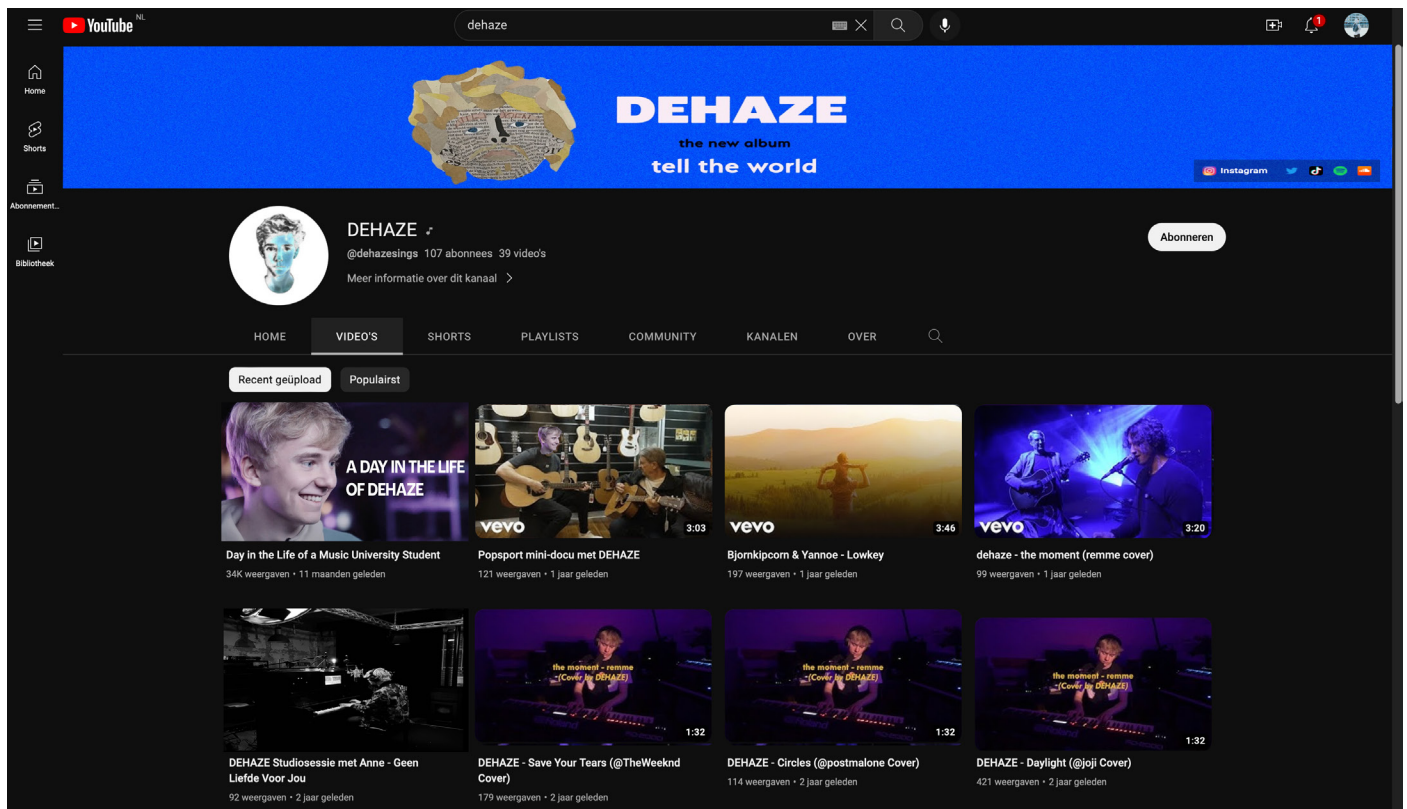


Als voorbeeld heb ik de artiest Dean Lewis gepakt, hier zie je bij de banner dat hij zijn laatste album promoot, en zijn laatste video's zijn dan ook het nummer zelf. Hoe hij hem op verschillende wijzen speelt (akoestisch bijvoorbeeld), maar ook hoe hij bepaalde songs maakt.



# YOUTUBE FEED - VOORBEELD

In dit voorbeeld heb ik dus ook wat thumbnails gepakt van Dean Lewis om zo een mooi voorbeeld te schetsen hoe ik denk dat je youtube feed eruit zou kunnen zien.



Hier zie je de album cover op de banner, en zie je een “Day in the life” video, je covers hebben allemaal dezelfde thumbnail (herkenning) en je songs en liveshows hebben een eigen cover.