

INHOUD

10 ▶ Intro

12 ▶ Over dit boek

15 ▶ Dank

01. Wake up!

- | | |
|--|----|
| 1. Inleiding. Onze samenleving wordt iedere dag visueler | 18 |
| 2. Facts & Figures.
De cijfers spreken voor zich | 22 |
| 3. Enter. De authentieke screenagers | 35 |
| Conclusie: Picture this 1 | 55 |

02. Let'get visual! Implementatie van visual marketing in je onderneming (shortcut)

1. Aan de slag met visual marketing	58
2. Gezocht M/V! Het profiel van een visual marketeer	62
3. Het Visual Marketing Team	64
- Data Scientist	66
- IoT specialist	72
- Art Director	76
- Visual Media Manager	80
4. Neem vooral initiatief en 'mind the killers'	82
5. Een draagvlak rond noodzaak en visie is een must	85
6. 'Activity based' werken en de noodzaak van een visual marketing hub	88
7. Aan de slag met een Visual Marketing Roadmap	92
- Visuele merkidentiteit en -beleving	96
- Interactie tussen merk en klant	98
- Personaliseren en meten	103
- Content	106
- Social: online/offline	108
- Big Data	110
- Physical/digital blend	111
- Context	114
- Internet of Things	118
Conclusie: Picture this 2	121

03. Do you speak visual? Inspiratie voor het Visual Marketing Team

- Airbnb	124
- Albert Heijn. Moestuintjes en ruimtevaart.	127
- De persoonlijke benadering van Miss Etam	131
- Toerisme. Het beeld overtuigt de klant	134
- Orange is the new black / interactief Twitterevent	139
- Vibram en een cross device-strategie	141
- UGG, Shazam en GoPro - mobile first	142
- GoPro	147
- Tinder en de onzichtbare aantrekkelijkheidsscore	152
- Sony Ericsson, het tenniscourt en deep learning	155
- IKEA Place. Praktische virtual reality-app	160
- Google Expedities. Trek op avontuur	164
- ExploreLab	167
- VisitU. Mis de belangrijkste momenten niet	170
- General Electric zet zijn content onder hoogspanning	170
- Virtual reality. Aantrekkelijke tool voor de bouwsector	175
- Configureren en beleven bij de makelaars!	184
- Oreo's Daily Twist	187
- De realtimereclamefolder	195
- Het Internet of Things en visual contentmarketing	197
- Alcatel-Lucent. Thought leader en probleemoplosser	198
- Content en luxe. Waarom het Rolex wel lukt	200
Conclusie: Picture this 3	203

04. Trends. Tools voor het Visual Marketing Team

Even vooruitblikken	206
1. Esthetische trends en ontwikkelingen	207
- Betweenity	208
- De multizintuiglijke consument	208
- Hybridisering	211
- Snack Culture	212
- Virtual reality als nieuwe realiteit	213
- Kleur heeft een centrale rol	214
- Ongefilterd beeld	214
- Vrouwen anders in beeld	214
- Diversiteit (rules)	216
- Speelse naïviteit	218
- Webdesign	220
- Gamification	221
2. Technologische trends en ontwikkelingen	225
- WEBVR.	227
Virtual reality vindt zijn weg naar de webbrowser	
- Social Virtual Reality	229
- Algoritmes en biometrische technologie	231
- Gezichts- en omgevingsherkenningssoftware	237
- Fotonische chip	241
- (Responsive) Visual Search	246
- Voice search en user generated content	250
- Narrowcasting	252
- Smart Streaming	256
- Curved Screens	257
- Fotoherkenning	258
Conclusie: Picture this 4	260

263

05. **Nawoord.** **In gesprek met de auteur**

268

► **Over de auteur**

COPYRIGHTS

Cover Getty Images / 4 Shutterstock / 16 Shutterstock / 18 Magic Leap / 26 Android Instagram app / 28 GoPro / 29 SRL Lounge / 30 Cdxcooyala / 32 GoPro / 34 Facebook Stories / 36 BeCore / 43 Shutterstock / 45 ABC / 46 Thinkstock / 48 Shutterstock / 52-53 DuoPenotti / 56 Shutterstock / 59 Piotr Gregorczyk / 60 Modernist Cuisine / 65 Shutterstock / 79 (Boven, originele bron onbekend, onder, Nike) / 90 Nokianvitra / 91 (Boven, Steelcase en Microsoft, onder, Microsoft) / 122 Shutterstock / 124 Airbnb / 128 Albert Heijn / 130 Albert Heijn / 133 Miss Etam / 134 Expedia / 135 Expedia / 137 Marriott / 140 Twitter / 142 Vibram / 144 New Balance / 146 GoPro / 148 GoPro / 150, 151 Shazam / 153 en 154 Tinder / 155, Tennis Industry Magazine / 156 Frankwatching.com / 161, 162 en 163 Ikea / 164 Google Expeditions / 167 Fontys Hogeschool Eindhoven / 168 Erasmus School of Law Rotterdam / 169 Microsoft / 173 GE / 174 GE / 176 boven: Microsoft / 176 onder: Viscon / 177 machinedesign.com / 178 impactmarketing.eu / 179 Komatsu Oyama / 183 Caterpillar / 186, Bostoën / 189 Oreo / 190 Bosch / 190 Microsoft / 191 Oreo / 192 Oreo / 194 Oreo/Google / 195 Blokker / 209 Harry Potter themapark / 212 Paris Navigating Gym / 213 McDonald's / 215 Reebok / 216 Instagram / 217 L'Oreal / 218 en 218, Mailchimp / 222 De Reis van 5 / 226 Marvel / 227 github.com / 230 Facebook Spaces (boven), Sansar (onder) / 231 welt.de / 233 The Next Rembrandt / 235 secureweek.com(boven), nunn.asia (onder) / 238, 239 Snapchat / 242, 243, 244, 245 Magic Leap / 247, 248, 249 Pinterest / 251 magsmoneymil / 252 globalsignimages.com / 255 DHL / 256 Microsoft / 257 Microsoft / 260 Felix & Paul Studios / 262 Shutterstock