

Goede teksten schrijven doe je zo: 29 tips

 doyoucopy.nl/goede-teksten-schrijven-zo-29-tips/



Bijgewerkt op 20 maart 2019

Wil je je teksten instant verbeteren? Dan heb ik een paar supersnelle tips voor je die je meteen in de praktijk kunt brengen. Met deze tips schrijf je binnen no-time goede teksten. In ieder geval betere teksten dan die je nu schrijft 😊 Je kunt deze schrijftips voor alle soorten zakelijke teksten gebruiken, of het nu gaat om webteksten, teksten voor je blog, advertenties of andere teksten.

Je kunt dit artikel ook als video bekijken:



1. Denk goed na over welk punt je wilt maken

Dit is ongetwijfeld het belangrijkste punt als je betere teksten wilt schrijven. Je hebt een bepaald standpunt of een visie die je over wilt brengen. Waarschijnlijk wil je potentiële klanten tot iets verleiden. Je hele tekst leidt als het goed is naar de boodschap die je wilt vertellen. Door hier vooraf goed over na te denken, schrijf je een betere tekst.

2. Ken je doelgroep

Als je je doelgroep niet kent, spreek je hun taal niet. Zorg ervoor dat je je hebt verdiept in wat ze bezighoudt en tegen welke problemen ze – diep in hun reptielenbrein – aanlopen. Gebruik de woorden die je doelgroep ook gebruikt. Zie hiervoor ook punt 3.

3. Doe zoekwoordonderzoek

Schrijf je teksten voor internet? Dan kun je eigenlijk niet meer beginnen zonder vooraf goed zoekwoordenonderzoek te hebben uitgevoerd. Met een gedegen onderzoek vooraf kom je goed beslagen ten ijs en beantwoord je de vragen die je doelgroep heeft. Ook zorg je ervoor dat je teksten goed scoren in de zoekmachines, zodat je meer potentiële klanten kunt verwelkomen. Zoekwoordonderzoek kun je uitvoeren met de zoekwoordplanner van Google, mits je een AdWords-account hebt. Een andere goede tool om deze meest kansrijke zoekwoorden te vinden is KWFinder. Dit is een betaalde tool (die z'n geld overigens meer dan waard is), maar je kunt dagelijks drie zoekwoorden gratis onderzoeken.

4. Bouw je teksten zorgvuldig op

Zorg voor een kopregel en inleiding die prikkelen, een informatief middenstuk en een duidelijke conclusie. Gebruik gerust de aloude, maar nog altijd relevante AIDA-formule:

- 1. Attention** (aandacht trekken, met bijvoorbeeld een goede kopregel en een intrigerende inleiding)
- 2. Interest** (interesse wekken, dit artikel kon weleens interessant zijn voor mij)
- 3. Desire** (ja, dit wil ik ook!)
- 4. Action** (wat je klant vervolgens moet doen, ofwel de call-to-action)

5. Besteed grote aandacht aan je koppen

Dit punt is zo belangrijk, dat we het nog even apart moeten noemen. De grote reclameman David Ogilvy zei het al: *vijf keer meer mensen lezen je kopregel dan je hele tekst. Als je je kopregel hebt geschreven, heb je al tachtig cent van je reclame-euro uitgegeven.* Nu, in het tijdperk van sociale media, waar de eerste aandacht met een kopregel plus een afbeelding moet worden getrokken, misschien nog wel relevanter dan toen. Een mooie richtlijn om rekening mee te houden.

6. Gebruik emotie

Nu we het toch over reclame hebben: gebruik emotie waar je maar kunt. Zet alles in wat je nodig hebt. Angst. Woede. Frustratie. Blijdschap. Wij mensen zijn emotionele wezens en door emoties in je teksten te gebruiken, maak je ze veel aansprekender. Iedereen kan schrijven, maar een goede copywriter weet de juiste emoties te beroeren.

7. Shoot your biggest gun first

Goede teksten draaien niet om de hete brij heen, maar openen met het beste argumenten. 'Shoot your biggest gun first' zeggen de Amerikanen. Als je één belangrijke reden hebt om jouw product of dienst af te nemen, ben je al een heel eind. Daarnaast heb je nog maar één of twee andere argumenten nodig. Kwaliteit boven kwantiteit.

8. Herhaal je belangrijkste argument drie keer

Herhaling is de kracht van reclame. Daarom doe je er goed aan om in je teksten niet alleen met je belangrijkste argument te openen, maar er ook mee af te sluiten. En dan verwerk je het gerust nóg een keer in je tekst. Zorg ervoor dat er geen misverstand over kan bestaan over wat je nu eigenlijk wilt zeggen.

9. Doe je huiswerk

Niet alleen moet je voorafgaand aan het schrijven van jouw goede teksten je doelgroep goed kennen, je moet ook de rest van je huiswerk hebben gedaan. Zo moet je misschien op de hoogte zijn van belangrijk nieuws in de branche. Of je moet specifieke kennis hebben van de producten waarover je schrijft. Ben je zelf copywriter of tekstschrijver? Zorg er dan voor dat jouw opdrachtgever je voedt met alle kennis die je nodig hebt om geweldige teksten te schrijven.

10. Geef je teksten de aandacht die ze verdienen

Alles groeit met aandacht. Voor goede teksten is dat al niet anders. Probeer een belangrijke tekst niet in een verloren halfuurtje te schrijven, maar maak er echt tijd voor vrij. Zie ook het volgende punt.

11. Laat het even bezinken

Heb je jouw tekst af? Publiceer deze dan niet meteen en stuur 'm ook niet meteen door. Laat 'm liever nog een nacht of langer bezinken en lees hem dan nog eens aandachtig door. Grote kans dat jouw tekst hier nóg scherper en nog beter door wordt. En een paar slordige foutjes haal je er zo altijd uit. Zie het volgende punt.

12. Streef naar een foutloze tekst

Ja, een foutje sluipt er zo in. Dat is menselijk, maar met voldoende aandacht is het wel zo veel mogelijk te voorkomen. Streef ernaar dat je teksten foutloos zijn. Heb je zelf onvoldoende kennis van spelling en grammatica? Haal er dan een collega bij die je teksten nog eens kritisch doorneemt. Het is jammer als onnodige fouten afleiden van de boodschap die je hebt.

13. Maak het eenvoudiger

Ik kan het niet vaak genoeg zeggen. Veel teksten zijn niet goed, omdat ze te ingewikkeld zijn.

- Zorg voor korte zinnen.
- Zet vaker een punt.
- Maak gebruik van opsommingen.
- Vermijd te moeilijke woorden.

Hoe eenvoudiger je jouw teksten weet te krijgen, hoe beter ze zijn. Wees je hiervan bewust als je je tekst nog eens naleest. Gebruik de Leesnivea Tool om je teksten te checken op leesbaarheid.

14. Focus op voordelen

Logisch dat je enthousiast bent over wat je te bieden hebt. Maar het gaat in goede teksten niet om alle bijzonderheden van jouw producten of diensten. Nee, het gaat om **de voordelen van die producten of diensten voor jouw klant**. Maak er werk

van om die unieke *features* om te zetten in *benefits*, om maar eens even een paar lelijke marketingtermen te gebruiken.

15. Maak het persoonlijk

Zakelijke teksten zijn vaak saai. Maar dat is niet nodig. Zakelijk en saai is namelijk niet hetzelfde. Zorg ervoor dat jouw teksten persoonlijkheid hebben. Laat zien dat er mensen van vlees en bloed achter het verhaal zitten, in plaats van een onpersoonlijk bedrijf of een schrijfrobot. Spreek jouw lezer ook als persoon aan en niet als doelgroep.

16. Vertel een verhaal

Heb je de mogelijkheid om jouw teksten te schrijven aan de hand van een anekdote, een geschiedenis, een verhaal? Doe dat dan! Niets is zo sterk als de kracht van een authentiek verhaal.

17. Hou de aandacht van je lezer vast

Pas op dat je in jouw teksten niet verzandt in saaie beschrijvingen en uiteenzettingen. De ene zin moet uit de andere voortvloeien en moet direct bouwen aan het verhaal. Dat betekent dat je je tekst zo kort en eenvoudig mogelijk moet houden, maar ook dat je er alles aan moet doen om het spannend te houden. Maak vooral ook gebruik van beeldend taalgebruik. En kun je iets beter vertellen met een foto of een video? Doe dat dan!

18. Zorg voor een goede opmaak

Witregels, tussenkoppen, afbeeldingen, opsommingen. Je hebt het allemaal nodig om je tekst prettig te structureren en toegankelijk op te maken. Hou er rekening mee dat je per alinea niet meer dan een paar regels gebruikt als je voor internet schrijft. Maar zorg ook voor een goede opbouw in alinea's als je voor print schrijft. Niemand leest graag lange lappen tekst zonder duidelijke structuur. Met goede tussenkoppen geef je ook de 'koppensnellers' houvast voor wat interessant voor hen kan zijn.

19. Gebruik magische woorden

Wil je jouw teksten direct krachtiger en overtuigender maken? Zorg er dan voor dat je gebruikmaakt van magische woorden. De lezer direct aanspreken, hem of haar iets voor laten stellen en het woord 'omdat' gebruiken: het zijn achterdeurtjes naar het brein.

20. Zorg voor betrouwbaarheid

Heb je iets te verkopen? Dan zorg je er maar beter voor dat je betrouwbaar bent. Niemand koopt iets van een onbetrouwbaar bedrijf. Betrouwbaarheid kun je opbouwen in de vorm van naamsbekendheid, maar ook met een goed blog, goede

webteksten of door klantervaringen op je website te plaatsen. Eventuele keurmerken of bekende klanten waarvoor je gewerkt hebt kunnen de betrouwbaarheid van je bedrijf verder verhogen.

21. Gebruik de bedrijvende vorm

Niets leest vervelender dan teksten waarin je steeds de lijdende vorm gebruikt. 'U wordt teruggebeld', 'Wij worden graag op de hoogte gesteld van uw adreswijziging', 'Er is door de directie gekozen om een nieuwe medewerker aan te nemen'. De lijdende vorm maakt zinnen onnodig ingewikkeld en zorgt ervoor dat je niet precies weet wie iets zegt. Soms is de lijdende vorm prima, gebruik in alle andere gevallen bij voorkeur de actieve of bedrijvende vorm.

22. Geef bewijzen

Doe je nogal stellige beweringen in jouw teksten? Mooi zo, maar zorg er dan wel voor dat je bewijzen aanlevert. In de vorm van grafieken, cijfers of andere geloofwaardige gegevens. Vermeld ook de bron om je bewijsvoering extra kracht mee te geven.

23. Maak het concreet

Kun je voorbeelden geven om jouw verhaal duidelijk te maken? Des te beter. Met goede voorbeelden gaat je verhaal veel meer leven doordat er herkenning optreedt bij de doelgroep.

24. Kies een unieke invalshoek

Komt jouw verhaal in grote lijnen overeen met dat van je concurrenten? Kies dan voor een unieke invalshoek. Laat een ander licht op jouw producten en diensten schijnen doordat je het van een andere kant benadert. Misschien is jouw product of dienst niet uniek, maar jouw aanpak is dat wel.

25. Durf te schrijven wat je wilt

Goede teksten schrijven is soms ook durven schrijven. Niet in algemeenheden blijven hangen, maar echt een mening durven hebben. Ja, daarmee jaag je misschien sommigen tegen je in het harnas, maar dat is altijd te verkiezen boven een algemeen verhaal waarmee niemand het echt eens of oneens is.

26. Schrijf in spreektaal

Als je gaat schrijven, verval je misschien makkelijk in schrijftaal. Dingen die je in een gesprek nooit zou zeggen. Schrap deze schrijftaal onmiddellijk. Niemand zit te wachten op ambtelijke en formele teksten. Spreek je tekst desnoods hardop uit. Klinkt het overdreven? Klinkt het als iets wat normaal gesproken nooit uit je mond zou komen? Dan zorg je maar beter voor een extra correctieronde. Zie ook punt 13.

27. Laat iemand je teksten nalezen

Omdat je niet alles kunt weten, is het goed om die eerste versie van jouw tekst door iemand (een klant, een collega, een vriend, een familielid) na te laten lezen. Dat kan iemand zijn die goed is in taal, maar ook iemand die misschien dichter bij de klant staat dan jijzelf. Door je teksten aan meerdere mensen te laten lezen, wordt hij altijd beter.

28. Maak altijd aantekeningen

De beste argumenten om voor jouw producten of diensten te kiezen hoor je misschien wel op het moment dat je met klanten praat. Of je krijgt een goed idee terwijl je in het bos loopt of op vakantie bent. Doe iets met die invallen op onverwachte momenten. Leg een bestandje aan met ideeën en aanknopingspunten waarmee je jouw volgende teksten nóg beter kunt maken.

29. Vergeet de call-to-action niet

Het laatste punt uit deze lijst om goede teksten te schrijven. En zeker niet het onbelangrijkste. De call-to-action ofwel de oproep tot actie is essentieel als je wilt dat mensen iets doen na het lezen van jouw tekst. Een offerte aanvragen, een gesprek inplannen, een product bestellen. Wat dan ook. Als je wilt dat mensen iets doen, moet je ze erom vragen.

Aan de slag met goede teksten

Dat waren ze. Mijn beste tips voor het schrijven van nóg betere teksten die je meteen in de praktijk kunt brengen. Nu is het vooral een kwestie van doen om je teksten steeds beter te maken. Mocht het toch niet lukken of heb je geen tijd om je te verdiepen in het schrijven van goede teksten, dan kun je natuurlijk ook altijd met mij contact opnemen.

Heb je zelf nog aanvullende tips voor het schrijven van goede teksten? Laat dan hieronder jouw reactie achter. Ik ben benieuwd!

Foto: Pixabay.