

**IN 10 STAPPEN
INSPIREREND
SCHRIJVEN**

IN 10 STAPPEN INSPIREREND SCHRIJVEN

*Schrijf eenvoudig ijzersterke teksten
en bereik meer klanten*



Giséla Fidler

'Het is een uitdaging om een goede zakelijke tekst te schrijven. Zodra je achter je computer gaat zitten, blijkt de stap van denken naar schrijven echter nogal groot te zijn. Je kunt dan drie dingen doen. Je geeft de moed op en schrijft niets (dat raad ik je uiteraard af). Je begint gewoon met schrijven en ziet wel waar het schipt strandt (voor een klein aantal natuurtalenten werkt dit). Of je pakt het gestructureerd aan en laat Giséla Fidder je effectief leiden door het schrijfproces. In 10 stappen effectief schrijven maakt het schrijven van een zakelijke tekst inzichtelijk. Aan de hand van voorbeelden, opdrachten en praktische tips laat Giséla op een duidelijke manier zien wat er allemaal komt kijken bij het schrijven van een goede tekst. Zo laat je de moed niet zakken en kun je actief aan de slag met je schrijfstijl. Een aanrader voor zowel de beginnende als de gevorderde schrijver.'

Cindy de Waard

Natuurgeneeskundige, farmaceutisch wetenschapper en auteur van
Zwanger, baby, boefje
www.jouwgezondedarmen.nl

*'Als je als expert een boek gaat schrijven, denk je vooral na over de inhoud. Wat ga je schrijven? Welke kennis deel je en wat is je boodschap? Maar hoe je die boodschap op een aantrekkelijke manier overbrengt, is een ander aspect. Gelukkig is er nu het boek *In 10 stappen inspirerend schrijven* van Giséla Fidder. Daarin deelt ze haar expertise op een heldere, toegankelijke manier. De vele voorbeelden laten zien hoe je het verschil maakt. De beschikbare tools helpen je daarnaast om de kneepjes van het vak te leren.'*

Chris Peek

Trainer, coach, adviseur en auteur van *Professionals aan het stuur*
www.chrispeek.nl

*'Het is mij een waar genoegen om een testimonial te schrijven voor het boek van Giséla Fidder, *In 10 stappen inspirerend schrijven*.*

Als auteur van 86 boeken in 10 talen kan ik een boek schrijven over het publiceren van boeken en de stappen die je moet afleggen. Deze kunnen verschillen per land. Wat ze echter allemaal gemeen hebben, is dat je werkt met een redacteur. Er zijn vele goede 'editors' in de wereld. Ik ben de laatste om te beweren dat het niet zo is. Er zijn echter megagrote verschillen in hun vaardigheden en betrokkenheid tijdens deze hele belangrijke fase in het publicatieproces van jouw boek. Giséla springt met kop en schouders boven de rest uit, omdat zij als het ware in de materie duikt, met de vraag: 'Hoe kan ik wat de auteur schrijft nog beter tot zijn recht laten komen, en meer tot de verbeelding laten spreken?'

Verder geeft ze je aanvullend advies en suggesties, zodat je daadwerkelijk leert van wat ze doet en dat is de eerste keer dat ik dit zo heb meegemaakt! Ik raad iedereen die van plan is een boek te publiceren aan om met Giséla samen te werken. Ze is top, betaalbaar en super ondersteunend.'

Roy Martina

Holistisch arts, Inner Game Business Coach & auteur van 86 boeken

'Een geweldig boek voor iedere ondernemer die zijn teksten wil verbeteren. Giséla slaagt erin om de meest waardevolle tips zo te presenteren dat je er direct mee aan de slag kunt en ijzersterke teksten kunt schrijven. Giséla's tips zijn super geschikt voor het schrijven van allerlei soorten teksten. Ik gebruik ze voor het schrijven van teksten voor mijn blog, website, social media en e-books.'

Yvette Vermeulen-van Teulingen

Professional organizer en auteur van *Druk zijn is een keuze*
www.simpleorganizing.nl

Inhoud

Voorwoord	9
Inleiding	11
In 10 stappen inspirerend schrijven	15
Stap 1. Bepaal het doel en de doelgroep	21
Stap 2. Zorg voor een goede structuur	27
Stap 3. Kies de juiste aanspreekvorm	35
Stap 4. Stem je tekst af op je doelgroep	43
Stap 5. Start effectief met schrijven.....	51
Stap 6. Formuleer actief en positief.....	59
Stap 7. Speel in op de emotie van je klant.....	67
Stap 8. Zorg voor voldoende variatie	75
Stap 9. Neem interviews op	83
Stap 10. Controleer en corrigeer	91
Hoe nu verder?.....	101
Over de auteur	103
Nawoord.....	107

IN 10 STAPPEN INSPIREREND SCHRIJVEN

Schrijf eenvoudig ijzersterke teksten en bereik meer klanten

ISBN/EAN boek: 978-94-92926-82-1
ISBN/EAN e-book: 978-94-92926-83-8
NUR-code: 600

Copyright © Gisela Fidder 2019
Tweede druk augustus 2020

Redactie: Manon Müller, Expertboek
Vormgeving: Daisy Goddijn, Expertboek
Tekeningen: Wout Kloppenberg
Foto cover: Grietje Mesman, Fotogrietje
Uitgever: Expertboek (www.expertboek.nl)

BELANGRIJKE NOOT VOOR DE LEZER

De intellectuele eigendoms- en auteursrechten © van de inhoud en omslag van dit boek berusten bij de auteur. Kleine citaten met expliciete bronvermelding zijn toegestaan. Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op een andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever of auteur.

Website auteur: www.b-powered.nl
Website uitgever: www.expertboek.nl

DISCLAIMER

De auteur heeft zich ingespannen interessante informatie in dit boek te verschaffen. Daarbij heeft zij gestreefd naar juistheid en volledigheid van deze informatie maar kan dit niet garanderen. De informatie is uitsluitend illustratief bedoeld; toepassing hiervan verschilt uiteraard per praktijksituatie. De auteur wijst iedere aansprakelijkheid af voor schade als gevolg van onjuiste of ontbrekende informatie of als gevolg van interpretaties in dit boek. De lezer is verantwoordelijk voor de beoordeling van de bruikbaarheid van de informatie in en de vertaalslag naar de eigen, persoonlijke situatie.

VOORWOORD

Schrijven. Je doet het elke dag: e-mails, blogs, socialmediaberichten, Whatsappberichtjes, artikelen, teksten voor je website, of misschien wel een boek. Iedereen schrijft. Maar inspirerend schrijven, dat is echt wat anders.

Hoe schrijf je teksten waarmee jij de lezer echt raakt? Teksten die blijven hangen en die ervoor zorgen dat de lezer geraakt wordt en steeds verder wil lezen? Daarvoor heb jij nu het juiste boek in handen.

Giséla weet als geen ander hoe je ijzersterke teksten schrijft. Ik werk al jaren naar tevredenheid samen met Giséla en heb ontzettend veel van haar geleerd. Ze redigeert niet alleen de mailings en boeken die ik schrijf, maar ook de meeste boeken die door uitgeverij Expertboek worden uitgegeven. Ik kan echt zeggen dat ik door haar beter ben gaan schrijven. Er staan tegenwoordig veel minder correcties in de teksten die ik terugkrijg, dan een paar jaar geleden. Maar dat niet alleen, ik heb ook geleerd om pakkender te schrijven. En dat is wat je wilt als ondernemer.

Kijk eens kritisch naar de teksten die je elke dag schrijft. Hoeveel van die teksten zijn bedoeld voor je potentiële en huidige klanten? Zijn ze wel sterk genoeg en bereiken ze hun doel? Ik denk dat het altijd beter kan. Dit boek helpt je daarbij.

Giséla leert je in 10 stappen hoe je ijzersterke teksten schrijft. Volg deze stappen en je teksten worden er echt beter door. Je gaat niet alleen makkelijker schrijven, maar doordat je teksten pakkender worden, hebben ze ook meer effect.

Als uitgever spreek ik elke dag ondernemers die een boek willen schrijven om zichzelf als expert in de markt te zetten om meer klanten te krijgen. Een boek kun je namelijk heel goed als marketingmiddel gebruiken.

Vaak krijg ik de opmerking: 'Ik wil wel een boek schrijven, maar ik kan niet goed schrijven.' Ik ben ervan overtuigd dat iedereen kan schrijven, zelfs een boek! Je kunt het in elk geval leren. Het is niet zo moeilijk als je misschien denkt.

Ga aan de slag met de stappen in dit boek. Je zult zien dat het steeds makkelijker gaat naarmate je meer schrijft. Je kunt de tips in dit boek gebruiken bij het schrijven van een boek, maar ook bij het schrijven van blogs en andere teksten.

Eén ding weet ik zeker: hoe meer effect je hebt met je teksten, hoe leuker je het schrijven gaat vinden.

Ik wens je heel veel succes met inspirerend schrijven. Met de stappen uit dit boek gaat dit zeker lukken.

Daisy Goddijn

Eigenaar van uitgeverij Expertboek

Auteur van de boeken

- *In 10 stappen de beste start voor je boek*
- *Van Bierviltje tot Bestseller*
- *Van Boek tot Bestseller*
- *Experttips voor ondernemers die een boek willen schrijven*

Inleiding

Hoe schrijf je eenvoudig een ijzersterke tekst?

Beter nog: hoe schrijf je eenvoudig een ijzersterke tekst waarmee jij jouw lezers inspireert en waarmee je meer klanten bereikt?

Maak van jouw tekst een ijzersterke tekst

Er zijn verschillende manieren waarop jij van jouw tekst een ijzersterke tekst maakt. Je moet je lezer, dus je potentiële klant, prikkelen als je wilt dat hij jouw tekst leest. Zo'n lezer wordt waarschijnlijk niet meteen enthousiast als hij alleen maar de titel leest. Als het meezit, leest hij het eerste deel van je tekst. Is dit deel weinig inspirerend, dan is de kans groot dat hij de tekst na een aantal alinea's of pagina's weer opzij legt. Dat wil je uiteraard voorkomen.

Als redacteur van zakelijke teksten krijg ik te maken met teksten in allerlei varianten. Goed geschreven teksten, langdradige en wollige teksten, teksten vol vakjargon, teksten die niet goed naar de doelgroep zijn toegeschreven en ga zo maar door.

Met dit boek wil ik je helpen om van jouw tekst een ijzersterke en inspirerende tekst te maken. Met praktische handvatten en zonder dat je op de hoogte hoeft te zijn van alle grammaticale regels van het Nederlands.

Vind je het lastig om een goede tekst te schrijven, vind je jezelf niet creatief genoeg, of weet je niet waar je moet beginnen? De 10 stappen in dit boek helpen jou als zakelijke auteur met het gestructureerd opbouwen van jouw zakelijke tekst. Zo schrijf je met meer plezier en meer structuur een ijzersterke tekst, waarmee jij jouw lezers prikkelt en waarmee de boodschap die jij wilt vertellen glashelder overkomt.

Wat is een goede tekst?

Is een goede zakelijke tekst een tekst waarin alle d'tjes en t'tjes op de juiste plek staan?

Ja, dat is inderdaad een mooi begin, maar niet meer dan dat. Een goede tekst moet aan meer aspecten voldoen. De tekst moet makkelijk leesbaar zijn, er moet afwisseling inzitten, hij moet actief geschreven zijn waardoor je de lezer aanzet tot actie enzovoort.

Bovenal moet een goede zakelijke tekst jouw boodschap helder overbrengen en je potentiële klant aanzetten tot actie. Je wilt bereiken dat hij jouw dienst of product afneemt, en dat hij van een potentiële klant een echte klant wordt.

Dus als je mij vraagt: 'Wat is een goede tekst?' Dan zeg ik: 'Een tekst die jouw potentiële klant inspireert en overtuigt om jouw vaste klant te worden.' En dat is waarmee je aan de slag gaat in dit boek.

Voor wie is dit boek?

Dit boek is bedoeld voor iedereen die wil schrijven over zijn of haar expertise, maar niet goed weet hoe hij dat op een doeltreffende en inspirerende manier doet. Of je nu een boek schrijft, een e-book, whitepaper, artikel of een blog, in alle gevallen wil je dat jouw boodschap goed overkomt bij jouw lezer.

Ook als je al ervaring hebt met het schrijven van teksten, is dit boek voor jou nuttig. Ongetwijfeld lees je hierin extra tips waarmee je je teksten nóg inspirerender maakt.

Wat vind je niet in dit boek?

Verwacht in dit boek geen uitleg van alle Nederlandse grammaticale en spellingsregels. Een aantal basisaspecten van onze taal komen uiteraard wel aan de orde, daar kan ik niet omheen. Ook ga ik in dit boek niet in op zaken als Search Engine Optimalisatie (SEO). Het gaat hier om de inhoud van jouw teksten. Ik laat de online vindbaarheid ervan buiten beschouwing.

Aanspreekvorm

In dit boek spreek ik meestal over 'de lezer van je boek'. Hiermee bedoel ik jouw potentiële klant. Dus degene waarvoor jij jouw teksten schrijft, jouw doelgroep.

Waar ik in dit boek de aanspreekvorm 'hij' gebruik, kun je ook 'zij' lezen. Ik heb in dit boek echter gekozen voor de mannelijke variant.

Toolkit inspirerend schrijven

Bij dit boek hoort ook een toolkit. Deze *Toolkit Inspirerend schrijven* is speciaal ontwikkeld voor jou als lezer van dit boek en bevat handige hulpmiddelen bij het schrijven van jouw boek. Je vindt hierin bijvoorbeeld checklists, woordenlijsten, handige links, regels voor literatuurverwijzingen, enzovoort.

Ga naar
www.b-powered.nl/toolkit
om de tools te downloaden.

In 10 stappen inspirerend schrijven

'Je schrijft misschien niet elke dag even goed, maar een slechte tekst kun je aanpassen, een lege pagina blijft leeg.'

Jodi Picoult, Amerikaans schrijfster

Veel mensen vinden schrijven lastig. Geldt dat ook voor jou? Dat is nergens voor nodig. Ik ben ervan overtuigd dat iedereen kan schrijven!

DUS JIJ OOK!

Schroom dan ook niet en stap over die drempel. Het resultaat zal je verbazen. De eerste drempel ben je al over, nu je dit boek leest. Dat is een mooi begin. Met de tweede drempel help ik je. Daarom heb ik een 10-stappenplan voor je gemaakt, waarmee jij ijzersterke inspirerende teksten leert schrijven.

Hoe pas je dit boek toe?

Bestudeer stap 1 tot en met 4 voordat je begint met schrijven. De keuzes die je bij die stappen maakt, zijn essentieel voor het schrijven van een tekst die zijn doel bereikt. De vele voorbeelden in dit boek en de opdrachten aan het eind van elke stap helpen je hierbij.

Het kost je hooguit een paar uur van je tijd om deze stappen door te lezen en de opdrachten te maken. Deze tijd verdient je dubbel en dwars terug als je begint met schrijven.

Bij stap 5 begin je écht met schrijven. Deze stap helpt je om effectief te starten. Lees deze daarom door, voordat je jouw eerste letters op papier zet.

Stap 6 tot en met 9 gaan er vooral over hoe je jouw tekst inhoudelijk schrijft. Deze stappen kun je in willekeurige volgorde lezen. Ik adviseer je echter om ze even door te nemen voordat je start met schrijven. Ze zorgen ervoor dat je op andere dingen let tijdens het schrijven. Ook brengt het jouw denkproces op gang over manieren waarop jij jouw boodschap het beste kunt overbrengen op jouw lezer.

Stap 10 is de laatste stap die je op je tekst uitvoert. Het is prima als je deze pas leest als je klaar bent met schrijven. Sla hem echter niet over!

Gebruik dit boek zeker ook als naslagwerk tijdens het schrijven. Of lees af en toe een stap nog een keer door. Je zult zien dat je hierdoor steeds meer vooruitgang boekt bij het schrijven.

10 stappen voor het schrijven van jouw ijzersterke inspirerende teksten

Stap 1. Bepaal het doel en de doelgroep

Voordat je begint met schrijven, moet je weten voor wie je jouw tekst schrijft. Wie is jouw doelgroep, wie is jouw meest ideale klant? Daarnaast moet je weten wat het doel is dat je wilt overbrengen op je doelgroep. Waarom schrijf jij jouw tekst? Wat wil je met je tekst bereiken? Op welke informatie zit de lezer te wachten en hoe speel je het beste in op zijn behoeften en verlangens?

Stap 2. Zorg voor een goede structuur

Als je weet wat je gaat schrijven en voor wie, bepaal je de structuur van je tekst. Vooraf een goede structuur bepalen, helpt je later bij het schrijven. Ook helpt een goede structuur voor de duidelijkheid van

jouw tekst, waardoor hij beter leesbaar wordt. Splits je onderwerp op in deelonderwerpen en bepaal met de boomstructuur de indeling van jouw tekst.

Stap 3. Kies de juiste aanspreekvorm

Aan wie richt jij je in jouw tekst? Speek je de lezer direct aan, schrijf je vanuit jezelf of combineer je verschillende perspectieven? In deze stap lees je alles over de toonzetting van jouw tekst. Ook geef ik je in deze stap een aantal trucs die je kunt gebruiken om te spelen met je toonzetting, waardoor je de lezer extra bij je tekst betreft.

Stap 4. Stem je tekst af op je doelgroep

Jouw boodschap komt het best over als de tekst goed aansluit bij jouw lezers. Dus bij jouw doelgroep. Hoe zorg je ervoor dat jouw tekst prettig leest voor jouw doelgroep? En wat maakt een tekst makkelijk of moeilijk leesbaar? Deze stap vertelt je meer over het gemiddelde leesniveau in Nederland en geeft je een aantal aandachtspunten waarmee je een goede basis legt voor jouw tekst.

Stap 5. Start effectief met schrijven

En dan is het eindelijk zover, je kunt beginnen met schrijven. Hoe begin je eenvoudig? Wil die eerste zin makkelijk komen, of verloopt het begin wat stroef? Lees de tips in deze stap en je zult zien dat je makkelijker kunt starten met schrijven.

Stap 6. Formuleer actief en positief

Jij wilt dat de boodschap van jouw tekst goed overkomt bij de lezer. Die lezer verwacht een tekst die vlot en makkelijk leest. Deze stap laat zien hoe jij jouw boodschap op een prettig leesbare manier kunt schrijven. Want met een tekst die lekker leest, bereik je meer!

Stap 7. Speel in op de emotie van je klant

In deze stap lees je hoe jij met jouw tekst inspeelt op de emotie van jouw lezer en hoe je met die tekst een onuitwisbare indruk maakt. Hoe je de lezer raakt met jouw boodschap, zodat hij niet alleen iets leest, maar ook iets voelt bij jouw tekst.

Stap 8. Zorg voor voldoende variatie

Met een heldere en duidelijke tekst houd je jouw lezer vast. Zorg er daarom voor dat je alles uit de kast trekt om je lezer over te halen om door te lezen. Beperk je in je tekst daarom niet alleen tot pagina's vol leterretjes, maar overtuig hem en houd hem vast met verschillende tekst- en beeldelementen.

In deze stap lees je dat er legio manieren zijn om je tekst extra kleur te geven, waardoor je jouw lezer blijft stimuleren om door te lezen, en je hem nog meer overtuigt van jouw expertise.

Stap 9. Neem interviews op

Een mooie vorm om de lezer te inspireren, is het verwerken van een of meerdere interviews in jouw tekst. Misschien wist je het nog niet, maar een interview is een ontzettend krachtig middel om jouw boodschap over te brengen. In deze stap lees je waarom dat zo is en op welke manier je interviews kunt gebruiken in jouw tekst.

Stap 10. Controleer en corrigeer

Nadat je je tekst hebt geschreven, moet je deze controleren. Maar wat doe je tijdens deze controleslag? Waar let je op en welke acties voer je uit? Waarom is het zinvol om je tekst te laten lezen door meelezers? En waarom is het noodzakelijk om je tekst te laten redigeren door een redacteur? Lees hierover meer in de laatste en tiende stap.

Ik wens je veel plezier en succes met het schrijven van jouw ijzersterke teksten op basis van deze 10 stappen. Misschien pas je een aantal van de tips en aandachtspunten die ik je geef al vanuit jezelf toe, of misschien vind je sommige dingen lastig. Laat dit je er niet van weerhouden om te gaan schrijven. Geen enkele tekst is perfect. En hoe vaker je schrijft, hoe beter het gaat.

Loop je vast? Vraag dan hulp aan bijvoorbeeld een redacteur of schrijfcoach. Met een paar aanwijzingen helpt die je ongetwijfeld weer op weg.

Heel veel succes!

Giséla

STAP 1

**Bepaal het doel
en de doelgroep**



'Write what should not be forgotten.'

Isabel Allende, Chileens schrijfster en journalist

Zit je al klaar achter je tekstverwerker om lekker te gaan schrijven? Dan moet ik je teleurstellen. Voordat je echt begint met schrijven, heb je eerst nog een paar stappen te zetten. Het is bijvoorbeeld essentieel dat je voordat je gaat schrijven, nadenkt over jouw doelgroep en het doel van jouw tekst. Doe je dat niet, dan is de kans groot dat je een tekst schrijft die de essentie net niet raakt en waarmee je jouw doel dus niet bereikt.

Voor wie schrijf je jouw tekst?

Heb je er al over nagedacht voor wie jij jouw tekst schrijft? Zo ja, is de doelgroep die je in gedachten hebt ook jouw Meest Ideale Klant (MIK)?

Jouw MIK is het soort klant waarvan je er wel 100 wilt hebben. De klant die voor jou het meest ideaal is. Van een MIK krijg je energie. Op een MIK ben je trots en met een MIK werk je prettig samen. Het is dus belangrijk dat je duidelijk voor ogen hebt wie jouw MIK is. Wie is de lezer die jij wilt benaderen en informeren over jouw product of dienst en die je wilt overtuigen en activeren? Is het een man of een vrouw? Hoe oud is jouw MIK? Wat doet jouw MIK? Welke problemen heeft jouw MIK? Op welke socialmediaplatformen is hij te vinden? Het zijn stuk voor stuk vragen die je jezelf kunt stellen om je MIK te bepalen.

Vind je dit lastig? In haar boek *In 10 stappen de beste start voor je boek*, legt Daisy Goddijn uit hoe je jouw persoonlijke MIK eenvoudig bepaalt.

Mijn MIK voor het schrijven van dit boek heet Kim:

'Ik ben Kim, ik ben een vrouw van 43 jaar oud. Sinds 5 jaar werk ik als zelfstandig ondernemer. Ik werk in de dienstverlenende sector. Ik wil groeien met mijn bedrijf. Ik ben ambitieus en ik sport graag. Zet mij maar op de ski's, op een tennisbaan, of laat me een rondje hardlopen. Als ik maar lekker kan bewegen, dan ben ik in mijn element.'

Ik houd zelf graag de controle over de dingen die ik doe, ook al besteed ik de dingen waarin ik niet goed ben, uit. Als socialmediakanalen gebruik ik Facebook en LinkedIn. Je kunt mij ook vinden in een aantal groepen gericht op ondernemerschap. Ik wil graag veel mensen bereiken door het schrijven van teksten, om hiermee mijn expertstatus te verhogen. Daarin wil ik graag investeren. Maar ik ben hierover wel onzeker. Ik weet niet zo goed hoe ik een interessante tekst schrijf. Ik heb wel ideeën hierover, maar weet niet hoe ik moet beginnen.'

Als jij jouw MIK hebt bepaald, is het tijd om te bedenken welk probleem je voor jouw MIK wilt oplossen met jouw tekst.

Bepaal het lezersdoel van je tekst

Weet jij al wat je jouw lezer wilt vertellen? Dat is een mooi begin, maar je bent er dan nog niet. Want: waarom wil je iets vertellen? Waarom moet de lezer jouw tekst lezen? De meeste lezers die op een link klikken, een artikel tegenkomen of een boek willen lezen, denken vooraf: What's in it for me?

Bepaal daarom voordat je begint met schrijven wat jouw lezer bereikt als hij jouw tekst leest. Wat schiet hij ermee op? Wat zijn bijvoorbeeld zijn wensen, behoeften, interesses, obsessies, pijnpunten, twijfelpunten, angsten en verlangens? Bedenk waaraan jouw lezer behoefte heeft. Dat bepaalt het hoofddoel van jouw tekst.

Dat zeg je nu wel Giséla, maar ik wil toch zelf ook iets bereiken met mijn tekst. Ik heb toch zelf ook mijn doelen, denk je nu misschien. Natuurlijk heb je die. Dit noem ik de *verborgen doelen*. Een verborgen doel kan bijvoorbeeld zijn dat jij jouw lezer wilt laten weten dat jij een topexpert bent rond het onderwerp van jouw tekst. Voor jou is dit waarschijnlijk heel interessant, maar dat geldt niet voor jouw lezer. Die heeft zijn eigen verwachtingen en zijn eigen redenen om je tekst te lezen. Hij zoekt specifieke informatie en hoopt die in jouw artikel of boek te vinden. Geef hem daarom een persoonlijke reden om jouw tekst te willen lezen, een reden waar hij niet omheen kan. Maak van die persoonlijke reden van de lezer jouw hoofddoel. Stem dit hoofddoel vervolgens af op jouw eigen doelen. Zo sla je twee vliegen in één klap.

Doelen die jij jezelf kunt stellen met je tekst zijn:

- Overtuigen: betogen, een pleidooi houden
- Informeren: gegevens verstrekken
- Instrueren: uitleggen hoe iets in elkaar zit
- Activeren: aansporen tot handelen
- Beschouwen: van verschillende kanten belichten, de lezer laten nadenken
- Amuseren: de lezer vermaken

Het doel dat je met jouw tekst hebt, bepaalt voor een deel de manier waarop je jouw tekst moet schrijven. Een instructie of handleiding schrijf je op een andere manier dan een tekst waarin je jouw product, dienst en expertise beschrijft.

In dit boek gaan we vooral in op teksten waarmee je jouw lezer wilt overtuigen van jouw expertise en hem wilt informeren en activeren.

Heb je één of meerdere doelen in jouw tekst?

Je kunt met jouw verhaal meerdere verborgen doelen hebben. Je kunt bijvoorbeeld iemand willen informeren over jouw expertise en tegelijkertijd proberen hem te overtuigen dat jij dé aangewezen specialist bent om zaken mee te doen. Bepaal als je meerderde

verborgen doelen hebt, welke je het meest belangrijk vindt, en focus je daarop. Houd de andere doelen als subdoelen in je gedachten.

Bepaal voor jezelf wat jij met je boodschap wilt bereiken en wat jouw hoofddoel, verborgen doelen en subdoelen zijn. Die doelen hebben consequenties voor de inhoud, de opbouw en de schrijfstijl van je verhaal. Omschrijf het doel van je tekst daarom zo duidelijk mogelijk. Dit helpt je bij het schrijven.

Waarmee overtuig, informeer en activeer jij jouw lezer

Wat is jouw boodschap en wat wil je dat de lezer van je tekst doet en weet als hij jouw tekst heeft gelezen? Wil je dat hij jouw product of dienst koopt? Wil je zijn vertrouwen wekken? Wil je hem informeren over een nieuwe methode of innovatie? Wil je hem aanzetten tot een andere kijk op een onderwerp?

En misschien nog wel belangrijker: bedenk wat de lezer van jouw tekst wil. Op welke informatie zit hij te wachten? Welke 'pijn' of welk 'verlangen' ervaart hij bijvoorbeeld? Welk probleem wil hij opgelost zien? Met een tekst waarbij je aansluit op de behoefte van de lezer, bereik je dat hij zich identificeert met jouw tekst. En hoe groot (of eigenlijk hoe klein) is de stap dan nog, denk je, totdat hij jou ziet als de oplossing van zijn probleem en hij je vaste klant wordt?

Nu je je MIK en doelen hebt bepaald, is het tijd om na te denken over de structuur van je tekst. Als je vooraf een goede structuur bepaalt voor je tekst, helpt dit je bij het schrijven. Daarnaast geeft het de lezer overzicht. Hoe je de structuur van je tekst bepaalt, lees je in stap 2.



1. Bepaal jouw Meest Ideale Klant.
2. Wat is het doel dat jouw MIK bereikt als hij jouw tekst leest? Kortom: wat is het hoofddoel van je tekst?
3. Wat wil jij zelf bereiken met je tekst? Wat zijn je verborgen doelen?

STAP 2

Zorg voor een goede structuur



'Als er een boek is dat je echt wilt lezen, maar het is nog niet geschreven, dan moet je het zelf schrijven.'

Toni Morrison, Amerikaans schrijfster, Nobelprijs voor de literatuur 1992

Een tekst met een goede en heldere structuur is zowel onmisbaar voor jou als voor de lezer. Als je schrijft, heb je veel steun aan een goede structuur. Bepaal je een heldere structuur voor je tekst voordat je begint met schrijven, dan is het schrijven daarna slechts een invuloefening.

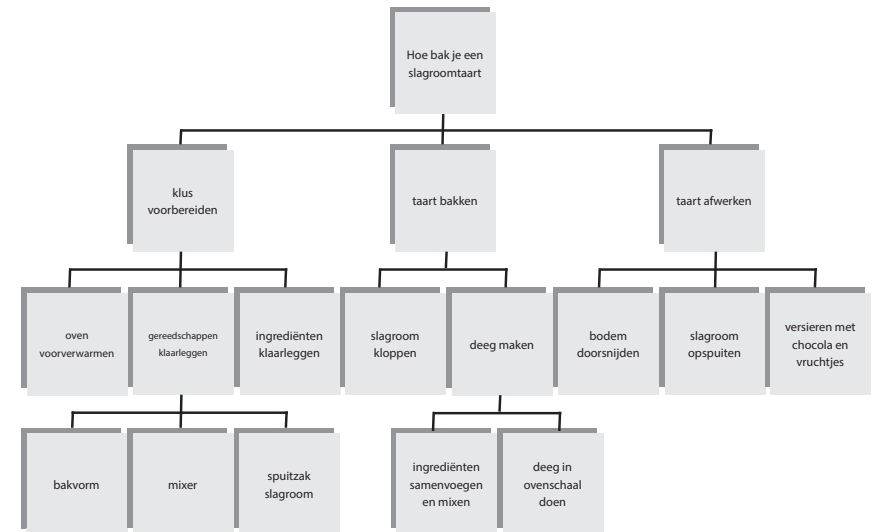
Ook voor de lezer is het belangrijk dat jouw tekst een goede structuur heeft. Deze begrijpt de tekst dan beter. Een heldere structuur geeft hem veel houvast, omdat hij de inhoud van de tekst dan beter kan overzien.

Maak een boomstructuur

Leg je tekstopbouw daarom vast voordat je begint met schrijven. Gebruik hiervoor bijvoorbeeld een boomstructuur. Dat betekent dat je het onderwerp van jouw tekst onderverdeelt in een aantal deelonderwerpen. Zie het voorbeeld op de pagina hiernaast.

Begin bij de titel van je tekst. Dit kan ook een werktitel zijn. Splits de titel op in een aantal deelonderwerpen. Deze deelonderwerpen worden de hoofdstukken of koppen in jouw tekst. Vervolgens bepaal je welke onderwerpen aan bod moeten komen binnen elk deelonderwerp. Afhankelijk van de omvang van jouw tekst, bepaal je of deze deelonderwerpen koppen of alinea's worden.

Je kunt ook onderaan de boomstructuur beginnen en omhoog werken. Begin je bij het laagste niveau, dan rubriceer je bijvoorbeeld de woorden uit je brainstorm en maak je daarvan clusters. Bepaal welke woorden bij elkaar passen, streep de woorden weg die je niet wilt gebruiken en cluster ze samen tot een onderwerp. Bepaal daarna de volgorde van de onderwerpen en zet ze op de juiste plek in de boomstructuur.



Houd bij het vaststellen van de structuur van jouw tekst rekening met de volgende punten:

1. De onderwerpen op een hoger niveau moeten algemener zijn dan die op het niveau eronder.
2. De onderwerpen op elk niveau van de boomstructuur moeten van gelijke orde zijn. Zet de koppen Facebook, Instagram, Twitter en social media bijvoorbeeld niet op hetzelfde niveau. De kop Social media hoort een niveau hoger thuis in de boomstructuur.
3. Gebruik per niveau hetzelfde indelingsprincipe. Hebben je koppen een chronologische volgorde, hanteer die dan op het hele niveau. Uiteraard kun je ook kiezen voor bijvoorbeeld een thematische indeling (Facebook, Instagram, Twitter) of een probleemoplossende indeling (Probleemstelling, Oorzaak en gevolg, Oplossingen, Voor- en nadelen, enzovoort).

De structuur van een omvangrijke tekst

Wanneer je een omvangrijke tekst schrijft, zoals een boek, e-book of whitepaper, begin je met het bepalen van de hoofdstructuur. Bedenk welke hoofdstukken en paragrafen je opneemt. Verdeel de paragrafen vervolgens weer onder in tussenkoppen, alinea's en dergelijke met behulp van de boomstructuur. Ik adviseer je om in elk geval de volgende hoofdstukken op te nemen:

- Voorwoord
- Inleiding
- Inhoudelijke hoofdstukken
- Hoe nu verder (om je diensten aan te bieden)
- Over de auteur
- Nawoord

Wanneer je een boek schrijft, is een goede structuur essentieel. Alles over hoe je een goede structuur voor je boek maakt, lees je in het boek *In 10 stappen de beste start voor je boek* van Daisy Goddijn.

Nu je weet over welke onderwerpen en subonderwerpen je gaat schrijven, wil ik alvast even stilstaan bij andere elementen die ervoor zorgen dat de structuur van je boek staat als een huis. Je hebt ze pas nodig als je echt begint met schrijven, maar ik neem ze op in deze stap, omdat ze medebepalend zijn voor een goede structuur van jouw tekst.

Zorg voor voldoende lucht in je tekst

Als je een roman leest, bestaat de hele pagina uit tekst. Misschien gebruikt de auteur her en der een witregel, maar verder is er meestal geen onderverdeling in de tekst.

Bij zakelijke teksten raad ik je aan om wat meer 'lucht' aan te brengen in je teksten.

Er zijn verschillende manieren waarop je dat kunt doen. Je leest ze hierna.

Maak alinea's niet te lang

De gemiddelde lengte van een goede alinea is maximaal 6 à 7 zinnen. Behandel daarom 1 onderwerp per alinea en plaats na elke alinea een witregel. Begin elke alinea met de zin waarin je het onderwerp van je tekst aangeeft.

Gebruik regelmatig tussenkopjes

Lezers van zakelijke teksten willen graag snel kunnen zien waar de tekst over gaat, zodat ze de tekst eventueel kunnen scannen om te zien of deze voor hen relevant is. Met tussenkopjes geef je de lezer snel overzicht. In je boomstructuur heb je jouw tekst verdeeld in een aantal subonderwerpen. Gebruik de verschillende subonderwerpen zoveel mogelijk als tussenkopjes voor je tekst.

Breng overzicht aan met opsommingen

Puntsgewijze opsommingen helpen je om je tekst overzichtelijk weer te geven. Gebruik ze daarom regelmatig, maar sla hierin niet door. Als een tekst bijna alleen maar uit opsommingen bestaat, krijgt de lezer ongetwijfeld behoefte aan een gewone, doorlopende tekst. Opsommingen geven een lange tekst veel lucht. Daarnaast zijn ze net als tussenkopjes goed voor het snel kunnen scannen van de tekst.

Ik merk in de teksten die ik redigeer dat niet altijd duidelijk is waarmee je rekening moet houden als je een opsomming maakt. Daarom vind je hierna in het kort een paar richtlijnen op een rij.

Maak je opsommingsdelen gelijkwaardig. Hiermee bedoel ik dat de opsommingsdelen dezelfde zinsvorm moeten hebben. Zet ze bijvoorbeeld allemaal in de gebiedende wijs. Begin je bij het eerste deel van de opsomming met een heel werkwoord, doe dat dan bij alle delen. Wanneer je een regelmatige formulering hanteert, begrijpt de lezer jouw opsomming sneller.

Gebruik de hoofdletters, kleine letters en leestekens op de juiste manier. De vorm van de opsomming bepaalt of deze met een hoofdletter of met een kleine letter moet beginnen. Je bepaalt de juiste vorm door jezelf steeds 2 vragen te stellen:

1. Bestaat de opsomming uit 1 of enkele woorden?
2. Bestaat de opsomming uit onvolledige zinnen of zelfstandige zinnen?

Als je deze vragen hebt beantwoord, zie je in onderstaande tabel wat de regels zijn die van toepassing zijn op jouw opsomming.

	1 of enkele woorden (heel kort)	Een aantal woorden	Onvolledige zinnen	Volledige zinnen
Hoofd-/kleine letters	Kleine letter (vaak wordt ook een hoofdletter gebruikt)	Kleine letter	Kleine letter	Hoofdletter
Lees-tekens	Geen leesteken achter elk deel. Na het laatste deel een punt.	Een komma achter elk deel. Na het laatste deel een punt.	Puntkomma achter elk deel. Na het laatste deel een punt.	Punt achter elk deel van de opsomming.

Let op!

Let goed op dat de delen van de opsomming goed aansluiten bij de inleidende zin. Als je dat niet doet, raakt de lezer misschien de draad kwijt in de opsomming. In het voorbeeld hierna zie je het verschil.

De voorbereiding voor het evenement bestaat uit: <ul style="list-style-type: none"> • Het regelen van een locatie. • Planning. • Benaderen van vrijwilligers. • Catering lunch laten regelen voor gasten. • Maken promotiemateriaal. 	De voorbereiding voor het evenement bestaat uit: <ul style="list-style-type: none"> • locatie regelen • planning opstellen • vrijwilligers benaderen • lunch regelen • promotiemateriaal maken
---	---

Met je doel, je MIK en een goede structuur, heb je een belangrijke basis neergezet voor jouw tekst. In de volgende stap voegen we daar nog een belangrijk aspect aan toe. Want hoe ga jij je lezer eigenlijk aanspreken in je tekst?



Waarover schrijf jij jouw tekst? Maak van het onderwerp van jouw tekst een onderverdeling in subonderwerpen en zet deze in een boomstructuur. Deze vormt de basis voor de tekst die jij straks gaat schrijven.

STAP 3

**Kies de juiste
aanspreekvorm**



'De meest geschikte aanspreekvorm tussen mensen is lotgenoot.'

Schopenhauer, Duits filosoof (1788-1860)

Je schiet al lekker op met de voorbereidingen voor jouw tekst. In stap 1 heb je het doel en de doelgroep voor jouw tekst bepaald. Ook de structuur van je tekst heb je al vastgelegd. Voordat je daadwerkelijk begint met schrijven, moet je echter nog bepalen hoe de toonzetting van jouw tekst wordt.

Je kunt je vast wel voorstellen dat je een wetenschappelijk artikel op een andere manier schrijft dan een 10-stappenplan voor het schrijven van inspirerende teksten. Ook is de toonzetting in bijvoorbeeld een gebruikershandleiding anders dan in een tekst waarin je de lezer meer wilt vertellen over jouw expertise, zodat hij je leert kennen.

Hoe spreek jij de lezer aan?

Bedenk voordat je begint met schrijven op welke manier je de lezer wilt aanspreken. Hoe wil jij overkomen bij jouw toekomstige klant? Met welke aanspreekvorm bereik je hem het best?

Je hebt de keuze uit de volgende aanspreekvormen:

- **Ik:** je vertelt vanuit jezelf over jouw expertise en ervaringen.
- **Wij:** deze aanspreekvorm kom je op verschillende manieren tegen:
 - We = jijzelf als je je boek met meerdere auteurs samen schrijft.
 - We = jijzelf en jouw omgeving/vakgenoten/anderen binnen jouw bedrijf. Je bedoelt hiermee dus jezelf en bijvoorbeeld jouw collega's of de beroepsgroep (bijvoorbeeld: wij als mediator...).
 - We = jijzelf en de lezer. Je probeert de lezer te betrekken in jouw verhaal, vanuit gezamenlijkheid.

- **Jij:** je spreekt de lezer rechtstreeks aan en je leeft je in in de lezer.
- **U:** ook hier leeft je je in de lezer in, en spreek je de lezer direct aan. Deze variant is alleen wat formeler dan de aanspreekvorm 'jij'.
- **Men:** je vertelt op een beschouwende manier het verhaal.

Lezers van een zakelijke tekst raken pas geïnteresseerd in je tekst als ze deze voor een deel op zichzelf kunnen betrekken. Als schrijver van een zakelijke tekst moet je het dus voor elkaar krijgen dat een lezer die in beginsel ongeïnteresseerd is, toch jouw hele tekst met belangstelling leest. Spreek hem daarom zo persoonlijk en direct mogelijk aan. In het voorbeeld hierna zie hoe je dat doet.

Het resultaat van drie avonden vergaderen, is een concreet plan van aanpak, dat binnenkort wordt gepresenteerd. In dit plan worden de maatregelen weergegeven. Ook wordt hierin de planning besproken.

Het resultaat van drie avonden vergaderen, is dat we een concreet plan van aanpak hebben uitgewerkt. Dit plan presenteren we binnenkort aan je. We vertellen je dan welke maatregelen je kunt verwachten. Daarnaast hoor je welke planning we hanteren.

Voel je het verschil?

Maak je tekst persoonlijk met een aantal trucs

Er zijn verschillende eenvoudige trucs die je kunt toepassen om je tekst persoonlijk te maken.

1. Spreek de lezer persoonlijk aan

De lezer vindt het prettig als hij zich herkent in een tekst. Dat bereik je door je direct tot hem te richten. Je kunt hem op 3 manieren aanspreken:

- Gebruik 'je' of 'u': Het is afhankelijk van jouw doelgroep welke keuze je hierin maakt. Spreek je lezer bij voorkeur aan met 'je'. Wanneer je 'u' gebruikt, schep je meer afstand tot jouw lezer dan wanneer je 'je' of 'jij' gebruikt. In het voorbeeld hierna zie je dat je tekst veel persoonlijker wordt, als je de lezer direct aanspreekt met 'je'.

Inschrijven voor de workshop kan door voor 14.00 uur een mail te sturen.

Je kunt je inschrijven voor de workshop als je voor 14.00 uur een mail stuurt.

In sommige branches is het wat minder gebruikelijk om voor 'je' te kiezen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de bankensector, of de advocatuur. Schrijf je voor een doelgroep waarbij doorgaans de 'u'-vorm wordt gebruikt, pas je aanspreekvorm hier dan op aan en gebruik ook 'u'.

- Gebruik af en toe een vraagzin: Als je je lezer iets vraagt, activeer je hem. Je doet een beroep op hem, waardoor hij eerder geneigd is om in actie te komen en na te denken over jouw boodschap.

Inschrijven voor de workshop kan door voor 14.00 uur een mail te sturen.

Wil je meedoen met de workshop? Stuur dan vóór 14.00 uur een mail.

- Zet zo nu en dan een zin in de gebiedende wijs. Ook dan krijgt de lezer het idee dat er wat van hem wordt verwacht en komt hij eerder in actie. Hij voelt zich aangesproken door de 'opdracht' die je hem geeft, en raakt meer betrokken bij de tekst.

Inschrijven voor de workshop kan door voor 14.00 uur een mail te sturen.

Doe mee met de workshop en stuur vóór 14.00 uur een mail.

2. Gebruik de woorden 'wij' of 'ik'

Sommige auteurs vinden dat hun tekst subjectief en onwetenschappelijk wordt als ze 'wij' of 'ik' gebruiken. Een persoonlijke schrijfstijl zegt echter niets over de inhoud van jouw verhaal. Het is een aanspreekvorm die losstaat van de inhoudelijke boodschap die je overbrengt, maar je tekst wordt er wel duidelijker, persoonlijker en prettiger leesbaar door.

Gebruik 'ik' en 'wij' echter niet te veel. Daarmee richt je de aandacht te veel op jezelf, terwijl de lezer juist aandacht moet krijgen. Laat je als schrijver wel zien, maar plaats jezelf op de achtergrond.

Spreek de lezer in het overgrote deel van de tekst direct aan en maak af en toe een sprongetje naar jezelf, bijvoorbeeld bij inleidende en concluderende zinnen. Of als je iets wilt aanbevelen, besluiten neemt, of als je iets veronderstelt. Ook kun je bijvoorbeeld praktijkvoorbeelden opnemen waarin je eigen ervaringen deelt. Meer hierover lees je in stap 7.

3. Vermijd de woorden 'men' en 'ze'

Het woordje 'men' is wat vaag. Soms bedoelt de auteur hiermee iets wat voor alle mensen geldt, inclusief voor zichzelf en de lezer. Een andere keer wordt 'men' echter gebruikt in situaties waarbij de auteur zichzelf en de lezer niet meerekent. In beide gevallen spreek je de lezer niet direct aan als je 'men' gebruikt, waardoor hij zich minder snel zal identificeren met jouw boodschap.

Bij 'ze' is wel duidelijk dat het om anderen gaat en niet om de auteur en de lezer, maar ook deze aanspreekvorm maakt dat de lezer zich minder aangesproken voelt door wat je vertelt in je tekst. Gebruik beide woorden daarom zo min mogelijk.

Je kunt ze makkelijk omzeilen door te vertellen wie je met 'men' of 'ze' bedoelt. Zie het voorbeeld hierna.

Men heeft afgelopen week massaal gestemd op Forum voor Democratie.

Het Nederlandse volk heeft afgelopen week massaal gestemd op Forum voor Democratie.

Ze zijn compleet gedesillusioneerd, nu ze zich niet hebben gekwalificeerd voor het EK voetbal.

De spelers van het Nederlandse team zijn compleet gedesillusioneerd, nu ze zich niet hebben gekwalificeerd voor het EK voetbal.

Houd één aanspreekvorm aan

Wees consequent in de manier waarop jij jouw lezer aanspreekt. Kies je ervoor om hem met 'jij' aan te spreken, houd dit dan ook zoveel mogelijk in je hele tekst vol. Het is prima als je af en toe een uitstapje maakt naar 'we' of 'ik', maar pak daarna de draad weer op met 'je'.

Het is voor de lezer erg verwarrend als je hem de ene keer wel direct aanspreekt met 'je', en de volgende keer met 'we'. Of als je overstapt op bijvoorbeeld 'men'.

Wees dus consequent in je basisaanspreekvorm. Varieer daarnaast af en toe kort, maar houd de grote lijn goed in het oog.

Dan is er nog iets dat je moet voorkomen. Spreek in een tekst niet van 'je', als je eigenlijk jezelf bedoelt. Dit noem je het *voetballers-je*. Zie het voorbeeld hierna.

Het was mijn droom om bij Feyenoord te spelen en dan ben je ineens opgenomen in de selectie. Een geweldig gevoel dat je dat hebt bereikt. Superblij ben je daarmee.

Het was mijn droom om bij Feyenoord te spelen. Voordat ik het wist, was ik opgenomen in de selectie. Wat voel ik me geweldig, dat ik dat heb bereikt. Superblij ben ik daarmee.

Het voetballers-je is een veilige manier van communicatie. Je bedoelt namelijk dat iedereen hetzelfde doet of voelt als jij. In spreektaal valt het niet altijd op, maar in geschreven teksten is deze aanspreekvorm onacceptabel. Gebruik deze dus niet. Bekijk de volgende voorbeelden maar eens.

Sinds begin dit jaar werk ik met een nieuw boekhoudsysteem speciaal voor zzp'ers. Het was mijn bedoeling om eerst de beginbalans in te voeren. Nadat je deze had ingevoerd, kon je beginnen aan het inboeken van de bankafschriften. Als je alles had ingevoerd, dan kon je alles doorgeven aan de accountant.

Sinds begin dit jaar werk ik met een nieuw boekhoudsysteem speciaal voor zzp'ers. Het was mijn bedoeling om eerst de beginbalans in te voeren. Nadat ik deze had ingevoerd, kon ik beginnen aan het inboeken van de bankafschriften. Toen ik alles had ingevoerd, kon ik het doorgeven aan de accountant.

Je bent bijna zover dat je kunt beginnen met het schrijven van je tekst. Na de volgende stap ga je echt aan de slag met schrijven. In stap 4 geef ik je echter eerst nog flink wat tips die je helpen om jouw tekst aan te passen aan je MIK. Want om je boodschap goed over te brengen, moet je er wel voor zorgen dat je MIK jouw boodschap goed begrijpt.



Lukt het jou ook om je tekst voornamelijk vanuit de lezer te schrijven, waardoor je hem het meest direct aanspreekt?

Verwacht je dat je deze manier van schrijven lastig vindt? Schrijf dan eerst een stukje tekst om te oefenen. Je zult merken dat je na een paar keer oefenen de slag te pakken hebt. Echt, je tekst leest er veel prettiger door en de lezer zal langer geboeid blijven door jouw verhaal.

STAP 4

**Stem je tekst af
op je doelgroep**



'Writing isn't about making money, getting famous, getting dates, getting laid, or making friends. In the end, it's about enriching the lives of those who will read your work, and enriching your own life, as well. It's about getting up, getting well, and getting over. Getting happy, okay? Getting happy.'

Stephen King, Amerikaans auteur

Zoals eerder gezegd, komt de boodschap van jouw tekst het best over als die tekst goed aansluit bij jouw lezer, jouw doelgroep, jouw MIK. Schrijf je voor vakgenoten, dan hebben je lezers meer kennis over jouw onderwerp, dan wanneer je schrijft voor lezers die je wilt laten kennismaken met jouw expertise.

Het kan natuurlijk ook zo zijn dat je zowel schrijft voor vakgenoten als voor niet-vakgenoten. Jouw lezers hebben dan een verschillend lezersprofiel. Schrijf je tekst dan op zo'n manier, dat beide (of meerdere) partijen jouw tekst goed kunnen begrijpen.

Als je schrijft over je expertise, is er een reële kans dat je ongemerkt vervalt in vakjargon. Houd daarom tijdens het schrijven je doelgroep goed in je gedachten. Wat weet je doelgroep wel en welke termen en omschrijvingen moet je extra toelichten. In sommige beroepsgroepen is dit best een uitdaging. Denk hierbij aan juristen, politici, artsen, wetenschappers of anderen die in hun opleiding hebben geleerd om vakjargon of moeilijke zinsconstructies te gebruiken. Zij hebben geleerd om te spreken in schrijftaal. Je kunt je vast voorstellen dat dit het moeilijker maakt om te schrijven zoals je praat. Meer hierover lees je in stap 5.

Naast het afstemmen van je tekst op je doelgroep, geef ik je nog een paar basisregels voor je tekst. Ja, ik zeg bewust 'regels', want

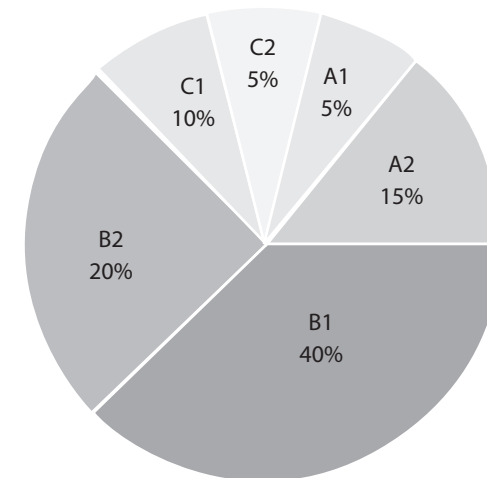
aan regels moet je je in principe houden. En dat is ook wat je hier moet doen. Je tekst leest er een stuk prettiger door.

Houd het eenvoudig

Maak je teksten niet te moeilijk. Een tekst met eenvoudige zinnen leest veel prettiger, wordt beter begrepen en beter onthouden dan een tekst vol lange zinnen, ingewikkelde woorden en vakjargon.

Ieder mens heeft een andere leesvaardigheid (een ander taalniveau). In Europa is de leesvaardigheid onderverdeeld in 6 taalniveaus, namelijk A1, A2, B1, B2, C1, C2. In onderstaande diagram zijn deze niveaus kort weergegeven.

Taalniveaus



Legenda

A1: Iemand die net is begonnen om de taal te leren. Hij begrijpt woorden of namen die vertrouwd zijn en snapt hele eenvoudige korte zinnen.

- A2: Iemand begrijpt korte eenvoudige teksten en hij kan informatie vinden in eenvoudige teksten, zoals een advertentie of een menukaart. Iemand die het inburgeringsexamen gedaan heeft, bevindt zich op dit taalniveau.
- B1: Iemand begrijpt teksten die voor het grootste deel uit veelgebruikte woorden bestaan. Maar hij begrijpt ook moeilijker taal, als hij daarmee veel te maken heeft.
- B2: Iemand begrijpt een tekst waarin de schrijver een standpunt inneemt over een actueel onderwerp. Hij kan ook hedendaagse literatuur lezen.
- C1: Iemand kan lange en complexe teksten begrijpen. Hij kan specialistische artikelen en technische instructies begrijpen, zelfs als die over een ander vakgebied gaan. Hij waardeert complexe literatuur en het gebruik van stijlen.
- C2: Zeer taalvaardige mensen. Ze begrijpen eigenlijk alle teksten. Of ze nu concreet of abstract zijn en bulken van jargon of metaforen, dat maakt daarbij niet uit.

Deze onderverdeling in taalniveaus is in beginsel opgesteld om het taalniveau van anderstaligen aan te geven en niet voor mensen die Nederlands als moedertaal hebben. In ons multiculturele landje is het echter goed om in je achterhoofd te houden dat ongeveer 80% van de bevolking Nederlands kan lezen op niveau B1. Schrijf je dus te moeilijk, dan neemt de groep mensen die jouw tekst goed begrijpt, snel af. Om je een indruk te geven van het verschil: schrijf je op B2-niveau dan kan nog 40% jouw tekst lezen, en wanneer je op C1-niveau schrijft, is dat nog slechts 15%.

Bedrijven en overheidsinstanties schrijven hun teksten meestal op taalniveau C1. Deze teksten zijn echter voor veel mensen niet goed te begrijpen.

Taalniveau B1 is niet alleen geschikt voor mensen met een lager opleidingsniveau. Ook hogeropgeleiden en professionals lezen meestal liever teksten op taalniveau B1 dan op taalniveau C1. Een tekst op taalniveau B1 leest namelijk gemakkelijker en sneller. Steeds meer organisaties zien het belang in van niet te moeilijk geschreven teksten en kiezen in toenemende mate voor het schrijven op B1-niveau. Zo schrijft bijvoorbeeld de rijksoverheid tegenwoordig alle communicatie-uitingen op B1-niveau.

Waarom zou je moeilijk schrijven, als je in eenvoudige bewoordingen hetzelfde kunt zeggen?

De belangrijkste aandachtspunten bij het schrijven van je tekst op B1-niveau zijn:

- Maak zinnen niet langer dan 10-15 woorden en wissel lange en korte zinnen af.
- Gebruik eenvoudige woorden, die iedereen kent (op de website www.zoekenveelwoorden.nl kun je controleren of je woord voldoet aan taalniveau B1).
- Maak alinea's niet te lang. Gebruik niet meer dan 10 tot 15 zinnen of ongeveer 100 woorden per alinea.
- Gebruik duidelijke titels en tussenkoppen.
- Plaats de belangrijkste boodschap van je alinea zoveel mogelijk vooraan.
- Gebruik een actieve schrijfstijl met voorbeelden.

Wissel korte en lange zinnen af

Als je muziek maakt of luistert, let je bewust of onbewust op het ritme ervan. Als de muziek een prettig ritme heeft, dan spreekt dat je meer aan. Datzelfde geldt voor een tekst. Die moet ook een prettig ritme hebben. Over het algemeen is het advies dat je korte zinnen moet gebruiken, maar als je dat doet, krijgt je tekst een onprettig ritme. Wissel daarom af tussen korte en wat langere zinnen. Dat werkt het best.

Wat de juiste verhouding is tussen korte en lange zinnen, is een beetje een gevoelskwestie. Wil je weten of jouw tekst een prettig ritme heeft? Lees hem dan hardop voor aan jezelf. Dan merk je snel genoeg of de zinnen elkaar prettig en logisch opvolgen, en waar de tekst eventueel hapert.

Het begrip 'lange zin' kan je verschillend interpreteren. Om misverstanden hierover te voorkomen, leg ik je uit wat ik hieronder versta. Het is namelijk niet de bedoeling dat een lange zin uit bijna een hele alinea bestaat. Of dat je een zin tjokvol komma's zet, je in 1 zin te veel wilt vertellen, en het een kettingzin wordt. Een kettingzin is een hoofdzin met meer dan 1 bijzin erachter. Hoe meer bijzinnen er aan de ketting vastzitten en hoe langer deze zijn, hoe minder goed de boodschap van de zin overkomt bij de lezer.

Maak je gebruik van langere zinnen, beperk deze dan tot een hoofdzin, met daar maximaal 1 bijzin aan vast. Zoals je in het onderstaande voorbeeld ziet, zijn kettingzinnen meestal vrij eenvoudig op te splitsen in meerdere zinnen.

Een stabiele inkomensstroom is best belangrijk vind ik, stel je namelijk voor dat je het grootste deel van je omzet in het vierde kwartaal maakt, waardoor je gedurende de eerste drie kwartalen nagenoeg geen inkomsten hebt, wat betekent dit dan voor je slagkracht als ondernemer en ik betwijfel of je dan wel voldoende financiële armslag hebt om te investeren.

Een stabiele inkomstenstroom vind ik best belangrijk. Stel je namelijk voor dat je het grootste deel van je omzet in het vierde kwartaal maakt. Dan heb je gedurende de eerste drie kwartalen nagenoeg geen inkomsten. Wat betekent dit dan voor je slagkracht als ondernemer? Heb je dan wel voldoende financiële armslag om te investeren? Ik betwijfel het.

Vermijd de zwarte lijst met stoffige woorden

Heb je weleens gehoord van de zwarte lijst met stoffige woorden? Een lijst met allemaal woorden waarvoor een modernere variant beschikbaar is die de leesbaarheid van je tekst enorm verhoogt.

Tijdens het redigeren merk ik dat veel auteurs deze stoffige woorden ongemerkt gebruiken. Er zijn dan ook meerdere woorden bij waarvan je niet 1-2-3 verwacht dat ze op deze zwarte lijst staan.

Het is daarom goed om deze lijst erbij te houden, als je aan het schrijven bent. Wil je er tijdens het schrijven niet door worden afgeleid (zodat je creatieve proces niet wordt onderbroken), pak hem er dan bij als je je tekst voor de tweede keer doorneemt. Vervang zoveel mogelijk van deze stoffige woorden door een moderner alternatief.

Je doelgroep is je ongetwijfeld dankbaar als je jouw tekst afstof op basis van deze lijst.

Een aantal voorbeelden van stoffige woorden

Niet:

Alsmede
Derhalve
Dienen te
Hetgeen
Indien
Middels
Ten gevolge van

Maar:

Evenals
Daarom, om die reden
Moeten
Dat wat
Als
Door
Door



Een uitgebreide lijst met meer dan 150 stoffige woorden vind je in de *Toolkit Inspirerend schrijven*, die je kunt downloaden op www.b-powered.nl/toolkit.

Het wordt tijd dat je echt gaat schrijven. Je bent nu voldoende voorbereid om de eerste versie van jouw tekst op papier te zetten. In stap 5 lees je hoe je hiermee een goede start maakt.



1. Bepaal op welk taalniveau jij jouw tekst wilt schrijven.
2. Print de zwarte lijst met stoffige woorden uit en neem deze globaal door, voordat je gaat schrijven. Zo weet je in grote lijnen welke woorden op deze lijst staan. Leg de lijst vervolgens naast je neer tijdens het schrijven.

STAP 5

Start effectief met schrijven



'Ik kon niet schrijven en toch schreef ik, zoals Vincent van Gogh niet kon schilderen en toch schilderde.'

Louis Paul Boon, Belgisch schrijver, kunstenaar

Het moment is aangebroken: je gaat nu echt beginnen met schrijven. Je weet waarover je wilt schrijven, wat het doel is van je tekst, hoe je de lezer wilt aanspreken en je hebt de structuur van je verhaal bepaald.

Maar hoe begin je nu op een handige manier? Hoe voorkom je dat je naar je scherm zit te staren en dat je geen enkele zin kunt bedenken?

In deze stap geef ik je een aantal tips die je helpen om in de juiste schrijfloop te komen.

Negeer een stroef begin

Vaak moet je op gang komen met schrijven. Sowieso wanneer je de eerste zin op papier wilt zetten, maar waarschijnlijk ook elke keer als je weer begint met schrijven. Schrijven heeft vaak een stroeve aanloopperiode. Als je even bezig bent, gaat het steeds soepeler. Ga dus gewoon aan de slag en laat je niet van de wijs brengen door een stroef begin.

Maak van de lastige eerste zin geen struikelblok

Het probleem van de eerste zin... Bijna iedereen die begint met schrijven, loopt hier tegenaan. Een uur naar een leeg scherm of papier staren, omdat je niet weet hoe je moet beginnen, is helemaal niet nodig. Begin gewoon met wat steekwoorden of kromme zinnen.

Het geeft niet als je dat een tijdlang doet. Gaandeweg zul je merken dat je ongemerkt toch op stoom komt. Je zinnen worden dan vanzelf mooier en meer to the point. Schrijf dan gewoon lekker door en ga pas later terug naar het begin om ook die zinnen goed te formuleren.

Twijfel je tussen verschillende openingszinnen? Zet ze dan allemaal achter elkaar en kies later welke je het best vindt. Zo houd je de vaart er lekker in.

Vat eerst kort samen wat je wilt schrijven

Schrijf voordat je begint met schrijven kort op (in steekwoorden of korte zinnen) wat je wilt vertellen. Je maakt dus eigenlijk eerst een soort samenvatting van je tekst. Op die manier orden je je gedachten en schrijf je daarna gemakkelijker.

Bouw de samenvatting daarna verder uit tot je volledige tekst. Ook kun je haar gebruiken als je een overkoepelende samenvatting nodig hebt. En misschien is zij ook wel geschikt om je hoofdstuk in te leiden.



Begin met een kladversie

Schrijf je eerste versie alsof het een kladversie is. Het is belangrijker dat je de vaart van het schrijven erin houdt, dan dat de tekst al helemaal perfect is geformuleerd. Het gaat er in de eerste versie om dat je de inhoud op papier zet. De juiste vorm komt later wel.

Pieker er dus in de eerste versie niet over of je wel het juiste woord of de juiste omschrijving hebt gegeven. Je onderbreekt dan je ritme en dat remt je creativiteit.

Weet je dat schrijven en herschrijven twee totaal verschillende dingen zijn, die ook in je hersenen op twee verschillende manieren worden aangestuurd?

Als je schrijft, ben je namelijk creatief bezig en ben je geconcentreerd op de inhoud. Hierbij maak je grotendeels gebruik van je rechterhersenhalft. Bij herschrijven neem je wat meer afstand van de tekst en ben je analytisch bezig, dan gebruik je voornamelijk je linkerhersenhalft. Als je beide taken tegelijk wilt doen, dan gaat dat ten koste van de kwaliteit van je tekst.

Schrijf hoe je praat

Herken je het, dat je in je hoofd precies weet wat je wilt zeggen, maar dat je het veel moeilijker opschrijft dan je in je hoofd had bedacht?

Doe dat niet! Schrijf gewoon zoals je praat. Vaak zijn de woorden en zinnen die je op papier gebruikt veel moeilijker geformuleerd dan wanneer je praat. En dat is helemaal niet nodig. Een boek met eenvoudige zinnen leest veel prettiger, wordt beter begrepen en beter onthouden dan een boek met lange zinnen vol ingewikkelde woorden en vakjargon.

Heb je weleens meegedaan met het Groot Dictee der Nederlandsche Taal? Het Groot Dictee is een wedstrijd in correct spellen. Het dictee bevat de meest onmogelijke moeilijke zinnen, met zo mogelijk

nog moeilijkere of volledig onbekende woorden. Als je de zinnen hoort, sta je 9 van de 10 keer met je oren te klapperen. Euhhh.... wat bedoelen ze precies?

We lijken nochtans alleen nog ooit en masse naar Leeuwarden te kunnen afreizen voor het alom geprezen natuurijfsfestijn als we beseffen dat het klimaat, in dit specifieke geval Koning Winter, ons alleen ter wille kan zijn als wij van onze kant het klimaat tegemoetkomen door een goede maat van het klimaat te worden, een klimaatmaat.

Bron: Groot Dictee der Nederlandsche Taal 2018

Toch best een ingewikkelde manier om te vertellen dat de Elfstedentocht waarschijnlijk alleen nog maar een keer kan doorgaan als we beseffen dat we daar ook zelf wat aan moeten doen, en we het klimaat tegemoet moeten komen in onze acties.

Gebruik de tegenwoordige tijd

Er zijn twee redenen waarom ik je adviseer om je verhaal in de tegenwoordige tijd te schrijven. Ten eerste schrijft het makkelijker dan wanneer je je verhaal in de verleden tijd schrijft.

De tweede reden is echter belangrijker. Als je in de tegenwoordige tijd schrijft, voer je je lezer mee in jouw verhaal, waardoor hij zich er sneller mee identificeert. Hierdoor voelt hij een grotere betrokkenheid bij jou en jouw boodschap. Je boodschap komt makkelijker over. En dat is het doel dat je ermee hebt.

Begin met het eenvoudigste stuk

Vertel eens: wat is een goede reden om te beginnen met het moeilijkste deel van je tekst? Juist, die is er niet!

Het moeilijkste deel kun je beter schrijven als je de vaart van het schrijven er al lekker in hebt. Begin daarom met een deel dat je

makkelijk vindt. Het werkt vaak heel goed om eerst een makkelijk deel te schrijven en direct daarachteraan door te gaan met een moeilijk deel. Je zult zien je dat dit moeilijke deel dan een stuk eenvoudiger op papier krijgt.

Lukt het toch niet? Of heb je geen tijd meer? Schrijf dan van het moeilijke deel alvast een aantal steekwoorden of losse zinnestjes op. Zo heb je houvast bij je tweede poging.

Monique, een van de auteurs die ik begeleid bij het schrijven van haar boek, heeft moeite met een bepaald deel van haar boek. Het lukt haar maar niet om de juiste bewoordingen te vinden. Ik adviseer haar om hardop uit te spreken wat ze in haar hoofd heeft, zodat ze in gewone taal tegen zichzelf zegt wat er moet komen te staan. Nadat ze een paar keer hardop heeft uitgesproken wat ze wil vertellen, lukt het ineens wel om deze moeilijke passage op te schrijven.

Een aantal andere methoden om een eventuele schrijfblokkade bij moeilijke passages op te lossen, zijn:

- Vertel iemand anders, of een denkbeeldige persoon, wat het probleem is. Noteer je uitleg direct en schrijf je tekst aan de hand van deze notities.
- Gebruik een voicerecorder. Spreek hardop uit wat je vaag in je hoofd hebt. Zo orden je je gedachten en zet je ze om in woorden. Je zult zien dat je stukje bij beetje tot de juiste formulering komt.

Als je eenmaal een begin hebt gemaakt met schrijven, zul je ervaren dat het steeds makkelijker gaat. Nadat je een klein beginnetje hebt gemaakt, adviseer ik je om stap 6 tot en met 9 door te lezen. Deze stappen hoef je niet volgtijdelijk uit te voeren. Ze staan boordevol tips en ideeën, waarmee jij van jouw tekst een ijzersterke inspirerende tekst maakt en je hem aantrekkelijk maakt voor jouw lezers.



1. Bedenk welk deel van jouw tekst je makkelijk vindt om te schrijven en start vervolgens met dit deel. Heb je nog niet direct de juiste schrijfflow te pakken, schrijf dan zoveel mogelijk steekwoorden en korte zinnestjes op over dit deel.
2. Oefen ook eens met een voicerecorder, als je het lastig vindt om een begin te maken. Zeg wat je wilt schrijven en schrijf je zinnen in eerste instantie op die manier op. Het finetunen komt later wel.

STAP 6

**Formuleer actief
en positief**



'Een vervelend boek te schrijven is gemakkelijker dan er een te lezen.'

Emanuel Wertheimer, filosoof (1846-1916)

Als jij een tekst schrijft, wil je dat je boodschap goed overkomt. Je wilt natuurlijk niet dat de lezer jouw tekst na een paar alinea's of na een hoofdstuk zuchtend opzij legt.

Als lezer wil je dat een tekst lekker vlot leest. De aandacht van de lezer neemt snel af wanneer hij verstrikt raakt in lange zinnen vol komma's, of wanneer hij een zin 3 keer moet lezen voordat hij hem begrijpt. Formuleer je boek daarom actief en positief.

Schrijf positief

Wanneer bereik je meer? Met een glimlach of met een boze blik? Deze vraag is niet zo moeilijk te beantwoorden.

Als je schrijft, is dat niet anders. Jouw boodschap komt beter over wanneer je deze positief formuleert, dan wanneer hij negatief is verwoord. Met een positief geschreven tekst vergroot je de kans dat je slaagt in wat je wilt bereiken. Dat komt doordat je brein 'niet' niet hoort.

Als ik bijvoorbeeld tegen je zeg: denk niet aan rode tulpen, waar denk je dan aan?

Precies... need I say more?

Vergelijk ook eens onderstaande zinnen en voel het verschil.

Wegens vakantie zijn wij gesloten tot 8 mei.

Wij zijn op vakantie. Vanaf 8 mei staan wij weer voor u klaar.

Geen probleem.

Graag gedaan!

Hij kreeg een deel van zijn geld terug, toen was hij veel minder verbitterd.

Hij kreeg een deel van zijn geld terug, toen was hij veel positiever.

Voel je het verschil?

Positief formuleren vraagt om een nieuwe blik. Het is maar waarop je de nadruk legt. Wat vroeger een stoptrein heette (stopt op elk station) heet nu een sprinter (sprint van het ene station naar het andere). Dan zit je toch met een heel ander gevoel in die trein.

Ook in jouw tekst maakt het een verschil als je jouw teksten positief verwoordt. De lezer zal jouw tekst met meer plezier lezen, waardoor hij jouw boodschap beter onthoudt.

Er is een aantal handvatten dat je helpt om je tekst positief te formuleren.

Zoek de 'ja' tegenover de 'nee'

Elke negatieve boodschap heeft een positieve tegenhanger. Tegenover elke 'nee' staat een 'ja'. Zoek die positieve tegenhanger op en draai de boodschap om. Dan is je glas altijd halfvol in plaats van halfleeg.

Als iets niet kan, is er ook altijd iets wat wel kan.

Als je zegt dat een winkel gesloten is, kan je in plaats daarvan ook zeggen wanneer hij open is.

Kinderen onder de 12 jaar mogen niet naar binnen.

Kinderen vanaf 12 jaar zijn van harte welkom.

Het restaurant is elke dag gesloten tot 17.00 uur.	Wij zijn 7 dagen per week geopend vanaf 17.00 uur.
--	--

Formuleer van 'na' naar 'voor'

Deze techniek wordt vaak gebruikt door webshops.

Als u uw bestelling na 21:00 uur plaatst, wordt deze de volgende dag aan u verzonden.	Vóór 21:00 uur besteld? Morgen al in huis!
---	--

Ga van open naar gesloten

In verband met Koningsdag, zijn wij op 27 april vanaf 15:00 uur gesloten.	Op 27 april zijn wij van 8.00 tot 15:00 uur geopend. Wij wensen u alvast een mooie Koningsdag.
---	--

Redeneer van niet naar wel

Als je niet op tijd reageert, kan ik jouw wensen niet meenemen in de vergadering.	Reageer vandaag vóór 14.00 uur, dan kan ik jouw wensen meenemen in de vergadering.
---	--

Mag negatief formuleren dan nooit?

Natuurlijk mag dat wel. Als je bijvoorbeeld iemand wilt overtuigen van de waarde van jouw product of dienst, is het zeker zinvol om aandacht te schenken aan het probleem dat je klant heeft. Je boeit hem pas als je zijn pijn noemt. Dan is er geen sprake van negatief formuleren, maar neem je de klant serieus. Daar is niets mis mee. Wees je er echter van bewust als je negatief formuleren inzet, en ga als het kan weer zo snel mogelijk over op een positieve toonzetting.

Schrijf actieve teksten

In mijn werk als redacteur van zakelijke teksten, kom ik vaak teksten tegen die in de passieve vorm zijn geschreven. Ik merk dat beginnende auteurs het lastig vinden om actief te schrijven. Anderen zijn zich er niet van bewust dat ze veel tekst passief schrijven, of van het effect dat een passieve zin op hun tekst heeft.

Toch leest een tekst prettiger als deze grotendeels actief is geschreven. Lezers vinden passieve zinnen, oftewel de lijdende vorm, vaak droog, statisch of langdradig. Bovendien is een zin die in de lijdende vorm is geschreven sneller onpersoonlijk. De persoon verdwijnt dan naar de achtergrond. Passieve zinnen maken de tekst vaak onnodig complex. Je hoeft passieve zinnen niet volledig uit je teksten te verbannen. Als je af en toe een passieve zin gebruikt ter afwisseling van de actieve zinnen, wordt je schrijfstijl juist aantrekkelijker.

Het is goed om te weten wat actieve zinnen met je tekst doen:

- Ze maken je tekst direct en prettig leesbaar.
- De nadruk ligt op de persoon of instantie. Bij passieve zinnen ligt de nadruk meestal op de zaak. Daardoor wordt je zin zakelijk en onpersoonlijk.
- De tekst wordt er dynamisch en actiegericht van.
- Het onderwerp in een actieve zin is vaak duidelijker. In passieve zinnen wordt 'door ...' namelijk vaak weggelaten, waardoor niet altijd duidelijk is om wie het gaat.

Er wordt door de leraren aanstaande vrijdag gestaakt.	De leraren staken aanstaande vrijdag.
De presentatie wordt door de spreker binnen de geplande tijd afgerond.	De spreker rondt de presentatie binnen de geplande tijd af.
Het wetsvoorstel werd verworpen.	De Tweede Kamer verwerpt het wetsvoorstel.

Eigenlijk is actief schrijven helemaal niet zo moeilijk. Zeker niet als je de volgende 3 basisregels voor jezelf aanhoudt.

1 Gebruik zo min mogelijk de combinatie 'worden' en 'door'

Passieve of lijdende zinnen herken je aan een combinatie van het werkwoord *worden* of *zijn* en een voltooid deelwoord. Ze bevatten vaak ook het woordje *door*. Vermijd combinaties met *worden* en *door*.

Dit formulier moet door de aanvragers binnen vier weken worden teruggestuurd naar de afdeling personeelszaken.

De aanvragers moeten dit formulier binnen vier weken terugsturen naar de afdeling personeelszaken.

2 Vermijd de zullen/kunnen-plaag

Vaak zijn de werkwoorden *zullen*, *kunnen*, *mogen*, *willen*, *worden* en *gaan* een ware plaag in je tekst. Ze maken hem wollig en indirect, waardoor hij niet prettig leest.

Je tekst wordt krachtiger als je deze werkwoorden weglaat, en je boodschap komt beter over bij je lezers.

Mocht u vragen hebben over dit onderzoek, dan kunt u contact met mij opnemen via het volgende e-mailadres.

Heeft u vragen over dit onderzoek, mail mij dan op [e-mailadres].



3 Schrijf je tekst zoveel mogelijk in de tegenwoordige tijd

Schrijven in de tegenwoordige tijd zorgt voor een actiever verhaal. Ik vertelde eerder al dat je de lezer daarmee als het ware dichtert naar je tekst toetrekt. Zo identificeert hij zich makkelijker met jou en jouw boodschap.

Ook als iets in het verleden heeft plaatsgevonden, bijvoorbeeld als je wilt vertellen over een voorval in de praktijk, verdient het de voorkeur om de tegenwoordige tijd te gebruiken.

Pas deze 3 punten toe op je tekst, en je staat versteld van het resultaat.



Oefen met actief schrijven, voordat je met je daadwerkelijke tekst begint. Dit doe je als volgt:

1. Schrijf een aantal alinea's over een willekeurig onderwerp.
2. Lees de tekst daarna door en onderstreep daarin de volgende woorden: door, kunnen, moeten, worden, gaan, zullen (en de vervoegingen daarvan).

Hoe vaak heb je deze woorden ongemerkt gebruikt?

3. Herschrijf de zinnen waarin je deze woorden hebt gebruikt, zodat ze actief worden.

Je bent je nu bewust geworden van je onbewuste manier van schrijven.

4. Begin nu met het schrijven van je 'echte' tekst en schrijf deze zo actief mogelijk.

STAP 7

Speel in op de emotie van je klant



*'Sorry dat ik dit boek zo laat terugbreng,
maar het wilde me maar niet loslaten.'*

Loesje

Wat wil jij bereiken met jouw tekst? Wil je de lezer jouw verhaal vertellen, of wil je hem raken met jouw boodschap, waardoor hij in actie komt of waardoor hij jouw klant wordt? Wil je een tekst schrijven of wil je een inspirerende overtuigende tekst schrijven, waarmee je jouw lezer aan je bindt? Dat laatste denk ik, hè?

'Ja, maar hoe doe ik dat dan', denk je misschien. 'Hoe zorg ik ervoor dat ik met mijn tekst een onuitwisbare indruk maak bij mijn lezer, waardoor hij het gevoel heeft dat hij niet meer om me heen kan?'

De truc is: speel in op zijn emotie.

Jouw lezer wil niet alleen iets zien of lezen, maar ook iets voelen. Speel daarom in op zijn emotie, dan raak je hem echt. Een boodschap komt dan extra goed binnen. Met emotie kun je mensen overtuigen en inspireren. Wist je dat onderzoek heeft aangetoond dat wij 95% van onze beslissingen nemen op basis van emotie? Emotie schept sfeer in je verhaal, verkleint de afstand en geeft herkenning. Het nodigt uit tot verder lezen, het geeft aan dat er echt iets speelt, en het verkoopt.

Maar hoe doe je dat dan, teksten schrijven die inspelen op iemands emotie? Dat kun je alleen als je jouw doelgroep goed kent en begrijpt. Je moet je inleven in iemands wensen of problemen. Hoe meer je weet van je potentiële klant, hoe beter je kunt inspelen op zijn verwachtingen. Neem daarom voordat je begint met schrijven, voldoende tijd om jouw meest ideale klant (MIK) te omschrijven.

Je hebt in dit boek al een aantal adviezen gelezen die helpen om in te spelen op de emotie van de lezer, zoals:

- Spreek de lezer direct aan met 'je'.

- Schrijf positief. Vermijd negatieve woorden zoals 'niet', 'geen', 'niets' of 'nooit'. Een enthousiaste, vlotte formulering met positieve woorden heeft meer effect.
- Vermijd vakjargon en schrijf in heldere taal, die iedereen begrijpt.

Maar er is meer:

- Neem de vraag van jouw klant als basis voor jouw tekst. Stel vragen over het probleem of de noodzaak en geef daarop het antwoord dat jij of je bedrijf biedt. Dat geeft jouw lezer herkenning en bevestiging.
- Noem vooral de voordelen voor je klant.
- Omschrijf met veel details, dat spreekt tot de verbeelding.
- Gebruik woorden met echte betekenis en wees concreet. Vermijd holle woorden als 'leuk' en 'goed'. Vermijd ook containerbegrippen als 'service', 'kwaliteit' en 'ontzorgen', maar geef als bewijs voorbeelden.
- Neem referenties of klantbeoordelingen op in je tekst. Deze bieden de lezer extra zekerheid over jouw expertstatus.
- Gebruik de 3 magische woorden die de achterdeurtjes vormen naar het brein van jouw lezer. Spreek hem hiervoor extra nadrukkelijk aan met **jij/jou**, laat hem iets voorstellen met **Stel je voor dat...** en gebruik het woord **omdat**.

Het zijn stuk voor stuk kleine aanpassingen in je tekst, maar ze maken een groot verschil voor de manier waarop jij jouw lezer raakt. Met als resultaat een grotere kans dat jij er een klant bij hebt.

Een speciale manier waarop je emotie kunt toepassen in je tekst, is met behulp van storytelling. Daarover lees je hierna meer.



Wat is storytelling

Met storytelling gebruik je verhalen om je doel te bereiken en om de betrokkenheid van de lezer bij jouw verhaal te vergroten. Verhalen zijn namelijk een ideale manier om contact te maken, mensen te raken, te verleiden, helderheid te bieden, fans te krijgen of de saamhorigheid te vergroten. Verhalen raken, maken dingen concreet, zijn gemakkelijk te delen en geven betekenis.

Verhalen sla je makkelijker op in je hersenen en deel je makkelijker met anderen. Kijk bijvoorbeeld maar eens naar verhalen uit de oudheid. Onze voorouders maakten elkaar met verhalen duidelijk hoe ze herten vingen en daarmee sabeltandtijgers te slim af waren. Met dergelijke verhalen kon je goed opscheppen tijdens het kampvuur, maar ze waren tegelijkertijd leerzaam voor jonge, onervaren jagers. Verhalen worden al eeuwenlang doorverteld, omdat ze samenhang bieden. Door verhalen begrijp je dingen beter, onthoud je zaken beter en vertel je het eenvoudig door.

Waarom is storytelling zo krachtig?

Storytelling is een krachtig middel omdat:

- de lezer de gebeurtenissen van een verhaal makkelijker kan ordenen. Dat zorgt voor een kader en geeft de lezer rust. Hij kan zich hierdoor makkelijker identificeren met jouw verhaal.
- verhalen verbinden, dat schept een band.
- verhalen betekenis geven aan gebeurtenissen.
- een verhaal emoties oproept. Mensen willen graag geraakt worden.
- verhalen houvast bieden en richting geven in onzekere tijden.

Ga maar eens bij jezelf na. Wat onthoud je makkelijker? Een aansprekend verhaal met een concreet probleem en een handige oplossing, of een stuk droge theorie met allerlei specificaties over een product en dienst? Ik durf te beweren dat eerste.

Vermoei je lezer dan ook niet met alle technische specificaties en een gortdroge uiteenzetting van jouw product of dienst, maar neem het *waarom* als uitgangspunt en niet het *hoe* en het *wat*. Jouw klant wil weten waarom hij met jou in zee moet gaan en wat jij voor hem oplost. Al die technische specificaties van jouw product of alle tools van jouw dienst zullen hem een zorg zijn. Hij wil dat zijn probleem wordt opgelost.

De bouwstenen en kenmerken

Een verhaal dat je schrijft volgens de principes van storytelling, heeft de volgende kenmerken:

- Het staat op zichzelf en heeft een begin, midden en einde.
- Het bevat vaste elementen: hoofdpersoon, ambitie, conflict, oplossing (zie hierna).
- Het is authentiek: waar of waarachtig.
- Het is persoonlijk.
- Het is prikkelend en roept emotie op, of wordt met emotie verteld.

Een goed verhaal vertelt het probleem van de klant, gaat in op zijn zoektocht, totdat jij hem een oplossing aanbiedt, waardoor

hij een aha-moment heeft en inzicht krijgt in zijn probleem. Om dit te bereiken, moet je verhaal bestaan uit de 4 onderstaande bouwstenen.

Hoofdpersoon

Zorg ervoor dat de klant de hoofdrol speelt in jouw verhaal. Kruip in zijn brein en stel hem centraal.

Ambitie

Je klant wil altijd iets. Hij wil beter leren leidinggeven, voor het eind van het jaar zijn boek hebben geschreven, of hij wil beginnen met het organiseren van webinars. Iedereen heeft dromen, doelen, wensen en praktische taken die hij wil uitvoeren. Omschrijf in je verhaal duidelijk wat je klant wil, zodat de lezer zich erin herkent.

Conflict

Een verhaal zonder conflict is een beetje saai. Ook in het echte leven is er vaak sprake van een conflict. Maak dit in je verhaal daarom expliciet. De klant zoekt een coach die hem helpt om zijn leidinggevende vaardigheden te vergroten, maar ziet door de bomen het bos niet meer. Hij wil een boek schrijven, maar waar moet hij in vredesnaam beginnen en wat zet hij erin? Je klant wil zijn ambitie vervullen en iets houdt hem tegen. Stel je eens voor dat jij dit weet te benoemen, dat je hem laat zien dat je hem begrijpt...

Oplossing

Wat is in een verhaal een conflict zonder oplossing? Dat zag je waarschijnlijk al aankomen. Het is eigenlijk net zo voorspelbaar als een aflevering van The A-Team. Je denkt net dat het nooit meer goedkomt, en dan staat daar ineens een garage vol handige spullen én een lasapparaat. Wat doe je dan? Juist: je rent naar binnen en bouwt die vrachtwagen die in de schuur staat om tot een lean mean vechtmachine. Als je The A-Team vaak hebt gekeken, dan weet je dat die schuur er altijd is als je hem nodig hebt. Zorg ervoor dat jouw product of dienst die A-Team-schuur is. Begrijp het probleem

van je klant en reik hem aan wat hij op dat moment nodig heeft. De rest doet je klant zelf.

Nu jouw klant ziet dat je hem echt begrijpt, heb je het fundament gelegd voor een goede relatie. Je klant is sneller geneigd jouw product of dienst af te nemen als hij een emotionele connectie met jou heeft.

Wanneer gebruik je storytelling

'Moet ik dan nu mijn hele tekst in de vorm van een verhaal gieten?', vraag je je misschien af. Nee, dat hoeft niet. Het kan natuurlijk wel, je kunt ervoor kiezen om jouw boodschap volledig te verpakken in een verhaal. Storytelling kun je echter ook goed gebruiken voor onderdelen van je tekst, bijvoorbeeld voor de (praktijk) voorbeelden. In het kader hierna zie je een stukje tekst uit het boek van Karen Dijkstra, *In 10 stappen leren vanuit talent*. Onlangs heb ik dit voorbeeld voor haar geredigeerd en omgeschreven volgens de principes van storytelling.

'Toen Myrthe in groep 7 zat, ging het eigenlijk niet zo goed met haar. Ze is een rustig meisje, dat niet zoveel aandacht vraagt in de klas, terwijl ze net even een zetje nodig heeft. Ik dacht: 'Ze kan het', maar school twijfelde aan haar capaciteiten. Haar zelfvertrouwen werd minder. Vooral rekenen vond ze lastig.

Tijdens de sessies met Karen werd me duidelijk dat er om een kind op weg te helpen met leren, verschillende leerstijlen zijn, die aansluiten bij de manier van denken en leren van het kind. Waardoor leren voor het kind makkelijker wordt. Dit klonk mij als muziek in de oren. Myrthe heeft veel gehad aan de verschillende technieken die ze in de sessies heeft geleerd. Het werd Myrthe duidelijk dat het helemaal niet zo moeilijk was.

Ze dacht veel te ingewikkeld... zo werd het ook vaak op school gebracht. Nu had ze handvatten bij hoe ze de dingen die ze moeilijk vond, wél kon aanpakken. Dit heeft haar heel veel zelfvertrouwen gegeven.' – *Dorothe, moeder van Myrthe*
Uit: *In 10 stappen leren vanuit talent* van Karen Dijkstra



1. Neem jouw MIK nogmaals goed voor ogen en bedenk waar zijn pijn zit en welk probleem je bij hem wilt oplossen.
2. Welke punten in jouw tekst ga jij toepassen bij het schrijven, waardoor je goed inspeelt op de emotie van de lezer?
3. Bepaal waar je in jouw tekst storytelling gaat gebruiken.

STAP 8

Zorg voor voldoende variatie



'Ik weet dat ik kan schrijven. Een paar verhaaltjes zijn goed, m'n Achterhuisbeschrijvingen humoristisch, veel uit mijn dagboek spreekt, maar... of ik werkelijk talent heb, dat staat nog te bezien.'

Anne Frank

Een heldere en duidelijke tekst zorgt ervoor dat je je lezer vasthoudt. Maar een lezer wil meer. Hij wil overtuigd worden, vermaakt worden en hij wil zich kunnen herkennen in jouw verhaal.

Wil je je lezer inspireren, dan is het niet voldoende om alleen een heldere en duidelijke tekst te schrijven. Nee, je moet meer uit de kast halen.

Verwen je lezer en geef hem wat hij vraagt. Overtuig hem met voorbeelden of achtergrondinformatie, vermaak hem met anek-dotes en zorg ervoor dat hij zich herkent in jouw verhaal, door bijvoorbeeld praktijkvoorbeelden. Er zijn legio manieren om je tekst extra kleur te geven, waardoor je jouw lezer optimaal inspireert om door te lezen. En, ook niet onbelangrijk, waarmee je hem nog meer overtuigt van jouw expertise.

Je geeft je tekst extra kleur met tekstelementen of beelden.

Tekstelementen

De mogelijkheden voor het toevoegen van extra tekstelementen zijn legio. Ik geef je hierna een aantal voorbeelden.

Quotes en citaten: Gebruik deze om je tekst kracht bij te zetten. Vooral citaten of quotes van bekende mensen, werken goed. Vermeld wel altijd de naam van degene van wie de quote of het citaat is. Is het een quote van jezelf, vermeld dat dan ook.

Voorbeelden: Deze zorgen ervoor dat de lezer je tekst sneller en beter begrijpt. Je tekst spreekt meer tot de verbeelding. Ook kom

je geloofwaardiger over als je voorbeelden gebruikt. Zeker als dat praktijkvoorbeelden van klanten zijn. De lezer weet dan meteen dat je al veel klanten hebt geholpen, waardoor je je expertstatus verhoogt.

Interviews: Denk hierbij bijvoorbeeld aan een interview met een klant of met een expert op je vakgebied. Meer over interviews lees je in stap 9.

Achtergrondinformatie: Soms kan het nuttig zijn om de lezer een stukje achtergrondinformatie te geven bij het onderwerp van jouw tekst. Bijvoorbeeld een stukje uit een wetenschappelijk onderzoek, bewijs van stellingen in je tekst, zoals een cijfermatige onderbouwing, uitleg van iets ingewikkelds dat je in je tekst noemt, enzovoort.

Tips: Deze maken je tekst praktisch. Maak je tips niet te lang. Korte en krachtige tips hebben de voorkeur.

Vragen/opdrachten: Stel de lezer een vraag of geef hem een opdracht. Zo staat hij stil bij jouw verhaal en komt hij in actie.

Oefeningen: Heb je theorie gegeven over een bepaald onderwerp, zet de lezer dan aan het werk met deze theorie, door middel van oefeningen.

Verwijzing naar website: Neem her en der een blokje tekst op waarin je verwijst naar extra informatie op je website. Dit kan bijvoorbeeld een verwijzing zijn naar een gratis weggever.

Er zijn een paar punten waarmee je rekening moet houden als je speciale tekstelementen gebruikt:

- Bedenk of het element iets toevoegt aan jouw boodschap. Het element moet verdieping geven aan jouw tekst en aan de boodschap die je wilt overbrengen.

- Vermeld altijd de herkomst van jouw tekstelement, als deze door een ander is geschreven. Noem de naam van degene van wie de quote of het citaat is. Vermeld waar je de achtergrondinformatie vandaan hebt, noem de naam en/of functie van degene in jouw praktijkvoorbeeld (als hij dat wil), enzovoort.
- Maak de speciale tekstelementen niet te lang. Houd ze kort en krachtig.
- Schrijf voorbeelden en praktijkvoorbeelden zoveel mogelijk in de tegenwoordige tijd. Dan heeft de lezer meer het gevoel dat hij onderdeel uitmaakt van de situatie en voelt hij zich er meer bij betrokken.
- Kijk of je de tekstblokken kunt weergeven in een aparte vormgeving, zodat ze er goed uitspringen.
- Kies een aantal tekstelementen en laat deze regelmatig terugkomen in je tekst.

In dit boek maak ik gebruik van quotes, voorbeelden, praktijkvoorbeelden, tekeningen en achtergrondinformatie, om variatie aan te brengen. Hiermee wil ik mijn boek voor jou als lezer zo praktisch mogelijk maken, zodat je de tips een aandachtspunten die ik je in dit boek geef, zo eenvoudig mogelijk kunt toepassen. Ik sluit daarnaast elke stap af met een opdracht. Dit vormt een mooi slot van elke stap, waarmee ik jou als lezer aanzet tot actie.

Beelden gebruiken

‘Een beeld zegt meer dan 1000 woorden’, hoor je weleens. Veel mensen zijn visueel ingesteld. Onderschat de kracht van beeld in je tekst daarom niet. Beelden roepen emoties op, ondersteunen je tekst, verluchten je verhaal, werken beeldvormend, enzovoort.

En weet je waarom beeld ook belangrijk is in je tekst? Als mensen informatie te horen krijgen of lezen, herinneren ze zich daar 3 dagen later nog maar 10% van. Als er een relevante afbeelding bij die informatie staat, kunnen ze 3 dagen later nog 65% van de

boodschap reproduceren. Best een groot verschil, vind je niet? Dit grote verschil komt doordat we in onze hersenen in beelden denken. Onze hersenen zijn een kei in het verwerken van plaatjes. Maar liefst de helft van onze grijze massa is gericht op beeldverwerking en bijna alle informatie die naar onze hersenen wordt verstuurd, bestaat uit beelden. Daarnaast verwerken we deze beelden ook nog eens 60.000 keer sneller dan tekst.

Beelden gebruiken in je tekst is dan ook best logisch en zeker slim. Je valt ermee op, je maakt ingewikkelde dingen begrijpelijker, en je speelt ermee in op de emoties van jouw lezer. Een win-win-win dus.

Een aantal beeldtypes die leuk zijn om te gebruiken:

Schema's en figuren: Bijvoorbeeld om een methode schematisch weer te geven.

Diagrammen: Voor het geven van een cijfermatige onderbouwing.

Foto's en tekeningen: Een goed passende foto of tekening spreekt tot de verbeelding. Met een foto of tekening, of een reeks foto's of tekeningen, kun je bijvoorbeeld goed een bepaalde handeling laten zien. Maar je kunt ook ondersteunende foto's of tekeningen opnemen die voornamelijk illustratief zijn.

Infographics: Met een infographic kun je binnen een beperkte ruimte inzicht geven in een omvangrijke of ingewikkelde situatie. Een goede infographic is een informatiebommetje dat complexe feiten, gegevens of kennis op een heldere en compacte manier laat zien.

Waarop moet je letten bij het gebruik van beelden

Je kunt niet zomaar klakkeloos elk beeld dat je vindt in jouw tekst gebruiken. Lees in de tekst hierna waarop je moet letten als je beelden wilt gebruiken.

Rechten

Als je het beeldmateriaal niet zelf hebt gemaakt, moet je toestemming hebben van degene die het heeft gemaakt. Doe je dat niet en neem je het beeld op zonder toestemming, dan loop je het risico op een flinke boete.

Ook moet je de rechthebbende van het beeld noemen in je tekst. Je kunt de naam van de rechthebbende direct onder of naast het beeld plaatsen, maar je kunt er ook voor kiezen om een overzicht op te nemen aan het eind van je tekst. Bijvoorbeeld onder de geraadpleegde literatuur. De plek waar je verwijst, maakt niet zoveel uit, als je het maar doet.

Soms wil je een beeld graag opnemen, maar lukt het je niet om de rechthebbende te achterhalen. Gebruik het dan niet. Je wilt hiermee tenslotte geen problemen krijgen.

Resolutie

Niet alle beelden zijn geschikt om op te nemen als je je tekst wilt laten drukken. Daarvoor heb je beeld van een hoge resolutie nodig. De meeste afbeeldingen die je vindt op het internet hebben (helaas) een lage resolutie.

Let goed op welk beeld je opneemt als je je tekst wilt laten drukken (bijvoorbeeld in een boek). Laat je het afdrukken in zwart/wit? Niet elk beeld is daarvoor geschikt. Kleurenfoto's kunnen soms heel donker worden als je ze afdrukt.

NB: Pas ook op met het opnemen van screenshots. Vaak hebben ook deze een lage resolutie. En daarbij... ook jammer als je een screenshot hebt opgenomen in het boek waar je net al je ziel en zaligheid in hebt gelegd, terwijl de webpagina een aantal maanden nadat je boek uitkomt al niet meer bestaat. Je boek raakt dan snel gedateerd.

Beeldbanken

Als je foto's wilt opnemen ter illustratie van je tekst, bijvoorbeeld in je blog, dan kun je ook gebruikmaken van beeldbanken. Sommige beeldbanken zijn gratis, maar bij de meeste moet je betalen voor het beeld dat je wilt gebruiken. De vergoeding hiervoor staat echter niet in verhouding tot de eventuele boete die je riskeert als je beeld gebruikt waarvan je de rechten niet goed hebt geregeld.

Beelden die je downloadt uit een beeldbank kun je namelijk rechtenvrij gebruiken. Kijk wel goed onder welke voorwaarden dat mag. Vaak moet je de fotograaf/tekenaar bij de afbeelding vermelden.

Een lijst met handige beeldbanken (zowel gratis als betaald), vind je in de *Toolkit Inspirerend schrijven*. Kijk hiervoor op www.b-powered.nl/toolkit.

Een andere geschikte vorm om variatie aan te brengen in je tekst zijn interviews. Hierover lees je alles in stap 9.



Welke elementen voeg jij toe aan je tekst, om variatie aan te brengen?

STAP 9

Neem interviews op



'Dat is het interessante van een interview, men stelt u altijd van die vragen waar ge geen antwoord op weet.'

Louis Paul Boon, Vlaams auteur

Een mooie vorm om de lezer te inspireren, is met een of meerdere interviews in jouw tekst. Neem bijvoorbeeld een interview af bij een van je klanten, of bij iemand die bekend is binnen jouw vakgebied. Een interview is een ontzettend krachtig middel voor jouw tekst. Een interview vervult namelijk verschillende functies, waardoor jouw boodschap nog beter overkomt bij de lezer.

Een interview:

- versterkt jouw expertpositie. Als je experts op jouw vakgebied interviewt, lift je mee op hun bekendheid. Als je klanten interviewt over jouw onderwerp, dan is dat interview voor jou meteen ook een mooie referentie.
- vergroot de kans dat de lezer jouw klant wordt. In een interview kun je veel meer kwijt dan in bijvoorbeeld een referentie. Jouw klant kan dus uitgebreid vertellen wat hij aan jouw product of dienst heeft gehad. Als een potentiële klant jouw tekst leest en hoort wat andere klanten over jou zeggen, dan geeft hem dat misschien net dat extra zetje, dat extra stukje vertrouwen, dat hij nog nodig heeft om zaken met je te doen.
- geeft jou en degene die je interviewt goede promotie. Degene die je interviewt, praat hoogstwaarschijnlijk positief over jou. Dat is namelijk ook mooie promotie voor hem. Hoe cool is het om te zeggen dat je bent geïnterviewd voor de tekst in een artikel, boek of e-book. Daarnaast is het mooie promotie voor jou als iemand die je interviewt positief over je praat. Dan is de kans ook groot dat hij jou aanbeveelt in zijn netwerk, als iemand jouw expertise zoekt.

Ik geef je 10 tips voor het houden en schrijven van een interview.

- 1. Verdiep je vooraf goed in degene die je interviewt,** zodat je diepgaande vragen kunt stellen.
- 2. Bereid je vragen voor.** Bedenk vooraf welk doel je met het interview wilt bereiken en bereid je vragen voor. Raffel deze vragen echter niet stuk voor stuk af, maar gebruik ze als leidraad. Laat in je vragen jouw kennis over het onderwerp naar voren komen.
- 3. Neem het gesprek op.** Zo is het achteraf eenvoudiger om het interview uit te werken voor jouw tekst. Je voorkomt hiermee dat je dingen vergeet of onjuist en onvolledig weergeeft. Daarbij geeft het rust dat je niet hoeft mee te schrijven. Zo kun jij je volledig focussen op de vragen die je stelt.
- 4. Werk het interview meteen uit.** Als het interview nog vers in je geheugen zit, gaat dit het snelst.
- 5. Kies een structuur/opzet.** Hoe werk jij het interview uit? Welke vorm kies je? Ga je voor de vraag-antwoordvorm, spreekt de verhaalvorm je meer aan, of ga jij voor een full-quote-verhaal? In de paragraaf hierna lees je hierover meer.
- 6. Kies een perspectief.** Kies hoe je het interview wilt vertellen. Wil je de interviewer aan het woord laten komen of niet? Schrijf je in de ik-vorm of in de hij/zij-vorm? Maak een keuze en wijk daar niet vanaf, anders zorg je voor complete verwarring bij je lezer.
- 7. Bedenk een goede kop.** Voorzie het interview van een pakkende kop. Heel vaak zie je koppen als 'Interview met...'. Feitelijk is daar niks mis mee, maar zo'n kop zegt ook niet zoveel. Bedenk daarom een inhoudelijke kop voor jouw interview, een kop die de essentie van het artikel bevat en kernachtig en kort is. Een inhoudelijke en sterke kop inspireert jouw lezer veel meer om het interview te lezen.

8. Neem quotes letterlijk over. Neem quotes van interviewkandidaten altijd zo letterlijk mogelijk over. Leg hen geen woorden in de mond, dat is vragen om problemen, of het leidt tot opnieuw schrijven. Als een kandidaat in de tekst zijn eigen woorden herkent, is de kans groot dat hij die goedkeurt, ook als informatie gevoelig of persoonlijk is.

9. Kies een tijdsvorm. Bedenk of je het interview in de tegenwoordige of in de verleden tijd wilt opnemen in je tekst. Een veelgebruikte vorm is: de tekst in de tegenwoordige tijd en quotes in verleden tijd. Het verhaal hoeft niet chronologisch te zijn.

10. Gebruik korte zinnen en vermijd afkortingen, moeilijke woorden en jargon. Zo houd je de vaart in je tekst en is je tekst prettig om te lezen.

Hoe verwerk je een interview in je tekst?

Afhankelijk van de aard en lengte van je tekst kun je het interview er op verschillende manieren in verwerken:

- Het interview integraal opnemen in je tekst. Dat kan zowel midden in de tekst, als aan het eind ervan, in een kader, als aparte kop of als paragraaf. In een boek, e-book of whitepaper kun je het interview ook als apart hoofdstuk opnemen.
- Kleine stukjes van je interview tussen de tekst plaatsen op plekken waar je de theorie/het verhaal wilt ondersteunen met een passage uit het interview. Het hele interview kun je dan eventueel aan het eind van je tekst opnemen (bijvoorbeeld als bijlage) of op je website plaatsen en er in je tekst naar verwijzen.
- Het interview verkort opnemen in je tekst en verwijzen naar het hele interview op je website.
- Je tekst beginnen met een stukje uit het interview als citaat, waarna je de rest van het interview verderop in je tekst opneemt.

Zo zijn er nog meer varianten denkbaar. Speel ermee, en bedenk welke vorm het best bij jouw tekst past.

Welke vorm kies je

Er zijn verschillende manieren waarop je jouw interview kunt opnemen. Je leest ze hierna.

Vraag-antwoord-interview

De meest klassieke vorm van een interview is het *vraag-antwoord-interview*. Je wisselt hierbij jouw vragen af met de antwoorden van degene die je interviewt.

Splitst je het interview in jouw tekst op en plaats je steeds een stukje uit het interview bij je tekst, zet dan de tekst tussen aanhalingstekens zonder begeleidende vraag. De tekst eromheen spreekt in dat geval voldoende voor zich.

Vind je de vraag-antwoordvorm wat statisch, leid de vraag dan steeds met wat meer tekst in. Vertel iets over de achtergrond van de vraag, leg wat uitgebreider uit wat je met de vraag bedoelt enzovoort. Eigenlijk zoals je dat in het mondelinge interview ook doet. Daar lees je ook niet alleen de vragen op, maar praat je er ook meer omheen. Dat kun je in je tekst dus ook doen. Het ligt eraan wat jouw voorkeur heeft.

Interview in verhaalvorm

Een vorm waarvan ikzelf fan ben, is het interview in *verhaalvorm*. Hiermee geef je een eigen weergave van het gesprek, afgewisseld met citaten en quotes van degene die je hebt geïnterviewd. Toen ik *Druk zijn is een keuze*, van Yvette Vermeulen aan het redigeren was, viel mij op dat zij dat op een mooie manier doet. Vandaar dat ik je ter illustratie een stukje van een interview uit dit boek als voorbeeld geef.

Haar tijd deelt Margriet heel intuïtief in. 'Ik kan niet met schema's of marketingkalenders werken. Maar mijn team heeft dat wel nodig.' Met plannen doet ze het niet 'zoals het hoort', zoals ze vroeger wel deed. Als Margriet naar de dokter moet, dan accepteert ze

niet zomaar de datum en tijd die haar worden gegeven. Ze gaat alleen onder haar eigen voorwaarden en zegt: 'Ik wil een afspraak voor dan en dan.' Een prachtig voorbeeld van de tijd voor jezelf houden.

Uit: *Druk zijn is een keuze* – Yvette Vermeulen

Full-quote-interview

Een vorm die je wat minder vaak tegenkomt, is het *full-quote-interview*. Je ziet hem niet minder omdat het geen goede vorm is. Integendeel. Deze vorm is echter wat minder eenvoudig te schrijven dan een vraag-antwoordvorm of een verhaalvorm.

Een full-quote-interview is eigenlijk een monoloog van degene die is geïnterviewd. De vragen zijn hierbij verweven in de monoloog van de geïnterviewde.

Kies je voor deze vorm, leid het interview dan eerst kort in en ga daarna over op de monoloog. In de inleiding zeg je kort waarover het interview gaat, en geef je een korte introductie van degene die je hebt geïnterviewd.

Martha Pelkman heeft in haar boek *#ikbengepest*, waarvan ik de redactie heb gedaan, gekozen voor deze variant. Het interview is te lang om hier op te nemen, maar ik wil je de introductie van het interview en de eerste regels niet onthouden.

Jennifer is 34 jaar en heeft een dochter van 2. Naast moeder, is zij ook zelfstandig ondernemer en heeft ze met een tweetal andere mensen een spel ontwikkeld waarmee je elkaar leert kennen en waarmee je elkaar sneller accepteert en respecteert.

'Ik ben gepest van mijn tiende tot mijn vijftiende. Ik moest altijd op de fiets naar school en op de basisschool bestond het pesten naast het schelden onder andere uit hinderlijk in de weg fietsen, zodat ik er niet langs kon. Op de mavo werd het geniepiger: passers werden in mijn rug geprikt, de spullen werden uit mijn

etui gepikt en kapotgemaakt, er werd bedreigd met slaan. Ik zat ook helemaal niet op mijn plek op de mavo. Uiteindelijk bleek ik op het atheneum thuis te horen. De hoge cijfers op de mavo maakten het niet gemakkelijker.

Er was een leraar die dan aan de klas vroeg wat voor cijfers er gegeven moesten worden; bij de populaire meisjes werden dan hoge cijfers geroepen, zoals een acht of negen en bij mij riepen ze standaard een onvoldoende...'

Uit: *#ikbengepest* – Martha Pelkman

Vraag akkoord

Laat je interview ook altijd even lezen, voordat je het publiceert. Je zit er niet op te wachten dat jouw klant of relatie bij het lezen van jouw tekst niet achter de inhoud kan staan. Voorkom dit en vraag een akkoord op het uitgewerkte interview.



1. Bedenk over welk onderwerp uit jouw tekst jij iemand wilt interviewen.
2. Welke vragen ga je stellen?
3. In welke vorm neem je het interview op?

STAP 10

**Controleer en
corrigeer**



'De taal is een handschoen die strak om de huid van de inhoud getrokken is. Je moet er een heleboel weggooien, voor je die ene vindt, die precies past. Schrijven is schrappen.'

Godfried Bomans, Nederlands schrijver

Jaaaa, je bent aangekomen bij de laatste stap die jou helpt om een supertekst te schrijven!

Je hebt je tekst nu helemaal geschreven. Petje af. Dat is toch wel reden voor een klein juichmomentje. 😊

Ik zeg bewust een *klein* juichmomentje, want je bent er nog niet helemaal.

Voordat je je tekst de wereld in slingert, op welke manier dan ook, moet er nog het een en ander gebeuren. Je hebt tot nu toe voornamelijk je rechterhersen helft aan het werk gezet, het wordt hoog tijd dat je linkerhelft ook zijn steentje bijdraagt aan jouw tekst.

Lees je tekst nog een keer helemaal door

Nadat je klaar bent met schrijven, is het goed om je tekst even een of meerdere dagen weg te leggen. Neem er even afstand van.

Daarna lees je je tekst nog een keer helemaal door. Je zult merken dat je dan met een andere blik naar je tekst kijkt, waardoor je toch nog wat inhoudelijke dingen aanpast. Het werkt ook goed om je tekst uit te printen, als je hem nog een keer doorleest. Vaak vallen je op papier weer andere dingen op dan op het scherm.

Let bij het opnieuw doorlezen van je tekst in elk geval ook op de volgende punten.

Een logische volgorde

Is de volgorde van je tekst logisch? Of is het beter om bepaalde alinea's, paragrafen of hoofdstukken op een andere plek in je tekst op te nemen?

Schrap overbodige tekst

Schrijven is schrappen, zeggen ze weleens. Wees alert op dubbelingen in je tekst en verwijder deze. Schrap ook overbodige woorden. Vaak gebruik je in een tekst veel meer woorden dan nodig zijn. De ene keer komt dat doordat je een eenvoudige handeling omslachtig hebt omschreven en een andere keer zeg je ongemerkt twee keer hetzelfde.

Wat is de hoogte van het verschuldigde bedrag?	Hoeveel kost het?
De vriendinnen wisselen roddels met elkaar uit	De vriendinnen wisselen roddels uit.

Een andere gewoonte die er regelmatig ongemerkt insluipt, is dat je omslachtige uitdrukkingen gebruikt. Zo kun je bijvoorbeeld iets 'uitstellen tot een later tijdstip', maar je kunt het ook gewoon uitstellen.

Ook zie je vaak dat woorden overbodig zijn, omdat de betekenis al opgesloten ligt in het zelfstandige naamwoord. In het voorbeeld hierna kun je de dikgedrukte woorden weglaten.

Het **ingestelde** onderzoek
De **noodzakelijke** behoefte
Het **beoogde** doel
De **onderlinge** relatie
De **aanwezige** bezoekers
Nutteloze verspilling
Enz.

Controleer op stoffige woorden

Let tijdens de controle van je tekst ook op de woorden die zijn opgenomen in de stoffigewoordenlijst. Probeer deze zoveel mogelijk te vervangen door een hedendaagse variant.

Controleer de spelling van je tekst

Heb je je tekst nog een keer helemaal gecontroleerd op inhoudelijkheid, dubbelingen, volgorde en overbodige en/of stoffige woorden, dan is het tijd om de spelling van je tekst te controleren.

De meeste tekstverwerkers zijn voorzien van een automatische spellingcontrole. Loop je tekst aan de hand van de suggesties die deze spellingcontrole aangeeft nog een keer door.

De spellingcontrole haalt zeker niet alle fouten uit je tekst, maar elke fout die je er op die manier uit haalt, is er weer één.

Er is wel een aantal kanttekeningen te plaatsen bij de automatische spellingcontrole. Je kunt er niet altijd blind op varen. Soms geeft de automatische spellingcontrole een suggestie die taalkundig niet goed is en ook laat hij regelmatig joekels van fouten in je tekst zitten.

Houd daarom de punten in het kader hierna in je achterhoofd, als je de spelling van je tekst controleert.

1. Bestaande woorden, verkeerde context

De spellingcontrole rekent alle woorden die hij kent goed, maar kijkt niet of ze op die plek ook daadwerkelijk goed worden gebruikt.

Zo wordt de volgende zin goed gerekend, terwijl er toch echt een fout in staat:

Elke ochtend eet hij een appel en een bad yoghurt.

2. Samenstellingsproblemen

In het Nederlands plakken we oneindig veel woorden aan elkaar. De spellingschecker heeft echter lak aan veel van deze samenstellingen en geeft aan dat deze woorden los van elkaar geschreven moeten worden. In andere gevallen herkent hij het aan elkaar geplakte woord niet en krijgt het woord een rood golfje eronder. Vaak is het woord dan echter niet fout geschreven.

3. Onbekende woorden

Helaas kent de spellingcontrole ook veel woorden niet. Dat geldt zeker voor nieuwe woorden. Je kunt bijvoorbeeld zien dat Word geen fervent restaurant- en cafetariabezoeker is. Sushi lukt nog wel, maar wasabi kent hij niet. Ook frikandel en kroket lukken nog net, maar bamischijf, kipnuggets en lihanboutje krijgen rode golfjes onder het woord.

4. Grammaticale missers

Grammaticaal laat de spellingcontrole ook nogal wat missers zien. Neem bijvoorbeeld 'hij is bekeurd' of 'hij is bekeurt'. Hoewel 'hij is bekeurt' hartstikke fout is, rekent de spellingcontrole het gewoon goed. 'Ik ben kleiner als jouw', wordt ook niet fout gerekend. Dubbele woorden in de zin (zoals: hij komt te te laat als hij nu niet opschiet), haalt de spellingcontrole er meestal wel uit, maar veel andere grammaticale missers ziet hij niet.

5. Lastige tussenletters

Een ander struikelblok zijn zogenoemde tussenletters, zoals de tussen-s. Dat is niet vreemd, want zelfs het Groene én het Witte Boekje hanteren geen vaste regels voor het gebruik van de tussen-s. Zo zijn kwaliteitcontrole en kwaliteitscontrole in het Nederlands allebei goed, maar je raadt het al: de spellingcontrole rekent de laatste van de twee fout. Vervelend, want het is dus wél goed gespeld. In sommige gevallen weet Word dit gelukkig wel. Om een voorbeeld te geven: spellingcontrole en spellingscontrole zijn allebei goed. En dat vindt Word ook.

6. Lidwoordfouten

Niet iedereen weet dat 'het account' juist is en dat 'de account' niet goed is. Een lidwoordfout is soms sneller gemaakt dan je denkt. Sommige nieuwe versies van Word herkennen dit soort fouten, maar dat is niet altijd zo. Als je twijfelt over het juiste lidwoord, is welklidwoord.nl een handige website. Hier vind je eenvoudig het juiste lidwoord bij een zelfstandig naamwoord. Ook gebruik ik regelmatig woordenlijst.org, om te controleren hoe ik een woord schrijf of om het lidwoord te controleren.

Nadat je de spellingcontrole hebt gedaan, is je tekst klaar. Doe de spellingcontrole altijd als laatste, zodat er niet weer nieuwe fouten in je tekst ontstaan, omdat je nog her en der tekst moet aanpassen.

Vraag meelezers

Voordat je je tekst publiceert, kun je je tekst laten lezen door een of meerdere personen die niet betrokken zijn bij jouw schrijfproces. Vraag hen of ze de tekst willen lezen en van feedback willen voorzien. Kies niet voor te veel meelezers, want dat kan verwarring in de hand werken. Kies er bijvoorbeeld maximaal 3.

Om te toetsen of jouw boodschap overkomt bij de lezers van je tekst, raad ik je aan om een aantal meelezers te vragen uit jouw doelgroep. Die kunnen namelijk het best bepalen of jouw tekst voldoet aan de verwachtingen.

Je kunt jouw meelezers feedback vragen op details, maar ook op de grote lijnen. Vragen die je onder andere aan je meelezers kunt stellen, zijn:

- Worden jouw vragen beantwoord, als je de tekst leest?
- Wat is volgens jou de rode draad van het verhaal?
- Is de opbouw van de tekst logisch?
- Spreken de (praktijk)voorbeelden in de tekst je aan?
- Voel je je aangesproken door de tekst?
- Zet het boek je aan tot actie?
- Sluit de titel aan bij de inhoud van de tekst?

Natuurlijk hoef je niet al deze vragen aan je meelezers te stellen. Haal de vragen eruit die jij het belangrijkste vindt en waar jij feedback op wilt hebben. Je kunt de vragen ook verdelen over de meelezers.

Het is ook een goed idee om je meelezers te vragen om ook op de grammatica en tikfoutjes te letten. Als je zoveel mogelijk fouten al uit de tekst kunt halen voordat de tekst wordt geredigeerd door een redacteur, dan gaat de redactie sneller en scheelt dat je in de kosten. Ga er echter niet van uit dat je geen redacteur nodig hebt als je je boek hebt laten lezen door meelezers.

Bezuinig niet op het redigeren van je tekst

De redactie van je tekst is de laatste stap, voordat je je tekst kunt publiceren. Laat je tekst altijd redigeren, dat is onontbeerlijk. Een goede redacteur polijst je tekst tot een pareltje.

Veel auteurs denken dat ze de redactie wel zelf kunnen verzorgen, en dat ze geld uitsparen door geen redacteur in te schakelen. Ook al ben je goed in de Nederlandse taal, iedereen maakt fouten bij het schrijven of het typen. Je leest namelijk snel over je eigen fouten heen. De een maakt meer fouten dan de ander, maar elke tekst wordt beter als je hem laat corrigeren door een redacteur.

Daarbij wil je natuurlijk professioneel overkomen als auteur. Het komt niet professioneel over als jouw tekst nog vol fouten staat die je niet hebt gezien of waarvan je niet wist dat ze fout zijn. Onze Nederlandse taal zit best lastig in elkaar, dus fouten maken zit in een klein hoekje. Bezuinig daarom niet op de redactie.

Al zit ik zelf dagelijks met mijn hoofd in de teksten, en doe ik bijna niet anders dan het corrigeren van manuscripten en artikelen, toch heb ik voor dit boek ook een redacteur ingeschakeld. Ik ben zo intensief bezig geweest met het bedenken en schrijven van de teksten, dat ik mijn eigen fouten niet meer goed kan controleren. Ik vind het dan ook een gouden regel dat je je tekst altijd moet laten controleren door een redacteur. Dat betaalt zich zeker uit.

Er zijn een paar zaken waarop je moet letten als je een redacteur inschakelt.

- Zorg ervoor dat je een professionele redacteur inschakelt. Vraag niet de buurvrouw, een familielid die handig is met taal, een neerlandicus of iemand die 'heel goed is in Nederlands'. Nee, laat je tekst redigeren door iemand die zijn geld verdient met het redigeren van teksten. Kijk daarbij ook welke expertise de redacteur heeft. Schrijf jij bijvoorbeeld een boek, dan is het beter om ook een redacteur te zoeken die goed boeken kan redigeren. Een webtekst redigeren bijvoorbeeld is totaal iets anders dan de redactie van een boek.
- Vraag vooraf een offerte aan bij de redacteur en vraag wat hij recentelijk nog meer heeft geredigeerd. Het redigeren van teksten is iets waar je routine in moet opbouwen. Houd er daarom rekening mee dat je iemand inschakelt die regelmatig redigeert. Iemand die redigeren er een beetje bij doet en maar af en toe redigeert, haalt ongetwijfeld minder fouten uit je tekst dan iemand die er dagelijks mee bezig is.
- Spreek van tevoren af in welke mate de redacteur gaat redigeren. Wil je dat alleen de kleine spellingsfoutjes eruit gehaald worden, of wil je ook dat de redacteur kritisch kijkt naar jouw schrijfstijl en daarin aanpassingen aanbrengt die de tekst beter leesbaar maken? Zo kom je niet voor verrassingen te staan.

Nadat jouw tekst is geredigeerd en je de correcties van de redacteur hebt bekeken en hebt geaccepteerd, is je tekst klaar voor publicatie.

De vorm waarin je je tekst wilt publiceren, bepaalt uiteraard wat het vervolgtraject is. Heb je een whitepaper geschreven, dan moet deze wellicht nog opgemaakt worden, voordat je hem publiceert. En als je een boek hebt geschreven, moet dit uiteraard nog opgemaakt en gedrukt worden voordat je het kunt aanbieden aan je lezers. Maar op welke manier je jouw expertise ook wilt tonen aan jouw doelgroep, één ding is in elk geval zeker:

Met de ijzersterke tekst die je aan de hand van deze 10 stappen hebt geschreven, bereik je meer klanten. En dat is wat je wilt!



1. Lees je tekst nog een keer helemaal door en controleer je tekst op de punten zoals die zijn genoemd in deze stap.
2. Bedenk welke meelezers jij kunt inschakelen voor je tekst.
3. Ga op zoek naar een redacteur voor jouw tekst, maak vaste afspraken over de planning en vraag een offerte aan.



Hoe nu verder?

Je bent nu aan het einde van dit boek gekomen. Ik hoop dat de stappen die je in dit boek hebt doorlopen, eraan hebben bijgedragen dat jij jouw teksten makkelijker schrijft en dat je weet waarop je moet letten om een ijzersterke inspirerende tekst te schrijven.

Wil je graag hulp bij het schrijven, of zoek je een redacteur die jouw tekst na het schrijven controleert en corrigeert? Dan help ik je graag.

Toolkit

In de *Toolkit inspirerend schrijven* die ik speciaal voor de lezer van dit boek heb gemaakt, vind je verschillende hulpmiddelen en informatie die je helpen bij het schrijven. Kijk hiervoor op www.b-powered.nl/toolkit.

Schrijfcoaching

Ben je een boek, whitepaper of e-book aan het schrijven en wil je graag dat ik feedback geef op een deel van jouw tekst? Zodat je daarna weer met nieuwe ideeën, energie en aandachtspunten verder kunt schrijven? Dan kan ik je hierin begeleiden. Ook kan ik een manuscriptanalyse voor je verzorgen. Op www.b-powered.nl/schrijfcoaching lees je meer over de mogelijkheden.

Redactie

Zoek je voor je tekst een kritische redacteur die verder kijkt dan alleen de lettertjes? Een redacteur die ook kijkt naar de verbanden in je tekst, of je boodschap goed overkomt, of je tekst voldoende afwisseling brengt en die je als dat nodig is een spiegel voorhoudt? Neem dan contact met me op. Ik werk samen met verschillende redacteurs, die allemaal gespecialiseerd zijn in het (her)schrijven van zakelijke teksten. Wil je hierover meer weten? Ik geef je graag


meer informatie over de mogelijkheden. Ook maak ik graag een vrijblijvende prijsopgave voor je.

Op de website www.b-powered.nl kun je nog meer lezen over mij en mijn dienstverlening. Heb je andere wensen? Neem dan gerust contact met me op via gisela@b-powered.nl, dan bespreken we samen wat de mogelijkheden zijn.

www.b-powered.nl

gisela@b-powered.nl

 www.linkedin.com/in/giselafigder

 www.facebook.com/gisela.figder

 www.twitter.com/giselafigder1

Toolkit inspirerend schrijven

Bij dit boek hoort ook een toolkit. Deze *Toolkit Inspirerend schrijven* is speciaal ontwikkeld voor jou als lezer van dit boek en bevat handige hulpmiddelen bij het schrijven van jouw boek. Je vindt hierin bijvoorbeeld checklists, woordenlijsten, handige links, regels voor literatuurverwijzingen, enzovoort.

Ga naar:
www.b-powered.nl/toolkit
om de tools te downloaden.

Over de auteur



Giséla Fidler is getrouwd met Stef en heeft 2 kinderen, Julia (19) en Jorten (18). Daarnaast heeft ze een bonusdochter, Sofie (22). Jarenlang was ze directeur-eigenaar van het grootste fullservice redactie bureau van Nederland, *Fidler & Löhr BV*. Sinds 2013 is ze werkzaam als redacteur en schrijfcoach.

Giséla aan het woord:

‘Een goede communicatie is voor elke ondernemer essentieel. De manier waarop je je verhaal vertelt, bepaalt namelijk voor een groot deel of en hoe jouw boodschap overkomt bij jouw klanten. Met een scherp bedrijfsverhaal, spreek je de juiste klanten aan.

Als ondernemers over hun vak praten, is hun bedrijfsverhaal vaak klip en klaar en is de expertise die ze op hun vakgebied hebben, onomstreden. Ze kunnen hier uren over vertellen. Meestal hebben ze echter geen ervaring in het schrijven erover. Hoe breng je nu je boodschap en je kennis over, als je erover schrijft? Hoe zorg je ervoor dat jouw lezer door je tekst geprikkeld wordt en hij er nog eens even goed voor gaat zitten om jouw hele verhaal te lezen? Hoe laat je zien dat jij *de* expert bent, waarmee de lezer zaken moet doen?

Door mijn werk zie ik wat een tekst, boek, whitepaper of e-book doet voor jouw status als expert. Dat is de reden waarom ik dit boek *In 10 stappen Inspirerend Schrijven* heb geschreven. Ik wil jou

helpen om jouw expertstatus ook te versterken. Met de 10 stappen in dit boek wil ik jou als beginnende zakelijke auteur graag helpen bij het schrijven, zodat jij jouw boodschap ook kunt verpakken in een inspirerende ijzersterke tekst. Ik wil laten zien dat je met een aantal aanwijzingen de kwaliteit van je tekst al flink kunt verhogen. Zonder dat je alle fijne kneepjes van de Nederlandse grammatica en spelling moet kennen. Nee, gewoon praktisch en eenvoudig uitvoerbaar.

De afgelopen jaren heb ik veel teksten herschreven, geredigeerd, ingekort, van het Vlaams omgezet naar het Nederlands, en van feedback voorzien. Zowel blogs, boeken, whitepapers, e-books als artikelen. Allemaal teksten met een 'zakelijke' component (en een superleuk kookboek, ;)). Dat is waar ik goed in ben, daarin ben ik in mijn kracht en daaruit haal ik de meeste energie.

Andere eigenschappen die je op mij kunt plakken, zijn: meedenkend, communiceert makkelijk, accuraat, daadkrachtig, positief ingesteld, organisatietalent, wysiwyg (doe maar gewoon).

Als ik niet redigeer of schrijf, of auteurs help als schrijfcoach, zit ik ook veel met mijn neus in de boeken. Ik lees graag en veel. Daarnaast tennis en golf en zit ik graag op mijn racefiets.

En als ik nog tijd over heb..., eh, even denken..., weet je wat: dan schrijf ik een boek! 😊

Wat klanten over Giséla zeggen:

'Giséla heeft de eindredactie van mijn zesde boek 'Experttips voor een Doorbraak in je Money Mindset' verzorgd. Dankzij haar werk is het boek beter en compacter geworden. Als auteur wil je je kennis de wereld in hebben. Als redacteur zorg je ervoor dat die kennis laagdrempelig en correct wordt overgebracht. Heb je een redacteur nodig voor je boek? Giséla is een absolute aanrader.'

Jeanet Bathoorn

'Ik ben onder de indruk van de wijze waarop Giséla mijn boek 'Mijn Beste Team Ooit!' heeft geredigeerd. Geen detail ziet zij over het hoofd, zij is zeer zorgvuldig. Ze let niet alleen op spelfouten, maar zij levert veel toegevoegde waarde, door te kijken naar de leesbaarheid en de logica van de opbouw. Ze doet dat op respectvolle en vriendelijke wijze. Ik beveel Giséla van harte aan.'

Gwen Dudok van Heel

'Dankzij jou is mijn boek 'Leidinggeven met IMPACT' écht een topper. Ik ben zo fier op deze realisatie. Super bedankt voor jouw professionele ondersteuning. Wat een prachtig werk heb jij geleverd. Ik herinner me nog dat ik een 'proeftekst' terugkreeg vol met 'track changes'. Ik accepteerde ze allemaal. Legde mijn tekst en jouw tekst naast elkaar. En ... toen was al duidelijk, wat een enorm verschil dit zou betekenen. Super, super bedankt, Giséla. Ik word er even stil van.'

Bene Bailleul

'Gisela heeft mijn eerste boek 'TOPteam in uitvoering' geredigeerd en ik ben erg enthousiast over de werkwijze en snelheid waarop en waarmee ze dat heeft gedaan! Daarnaast heeft zij met haar adviezen de leesbaarheid enorm vergroot! Dank je wel, Giséla.'

Michel Tonino

Nawoord

Dit boek bestaat uit 10 stappen die jou helpen bij het schrijven van jouw ijzersterke inspirerende tekst. Ik heb mijn best gedaan om je hiervoor in de diverse stappen voldoende praktische handvatten te geven.

Ik hoop van harte dat dit boek jou dat laatste zetje geeft om met schrijven te beginnen, of dat de informatie in dit boek je verder helpt om je teksten te verfijnen.

Ik hoor graag wat je van dit boek vindt. Aan welke stappen heb je het meest gehad? En welke tips ga je direct toepassen in je teksten? Ik ontvang graag je feedback.

Ook vind ik het super als je een recensie over dit boek schrijft, op managementboek.com of bol.com. Dat helpt mij namelijk bij de promotie van mijn boek, zodat ik nog meer mensen kan helpen met hun teksten.

Heb je na het lezen van mijn boek nog vragen? Stuur dan gerust een bericht naar welkom@b-powered.nl.

Wil je weten wat ik voor je kan betekenen bij het verfijnen van je teksten? In het hoofdstuk *Hoe nu verder?*, lees je hierover meer.

Voor nu is mijn advies aan jou: begin gewoon en maak je niet druk om spelfouten. Het is veel belangrijker dat je tekst aankomt bij de lezers, dat je de lezers prikkelt en daardoor tot aankoop aanzet, dan dat je tekst foutloos is geschreven.

Want je kunt nog zulke mooie woorden op papier zetten, als je je doelgroep niet bereikt, wat heb je er dan aan. Dus: durf en schrijf! Die spelfouten haalt de redacteur er later wel uit.

Dankwoord

Zonder de mensen om mij heen, was dit boek er waarschijnlijk niet gekomen. Een aantal bedankjes aan de mensen die een onmisbare bijdrage hebben geleverd aan de realisatie van mijn boek, zijn dan ook zeker op zijn plaats.

Als eerste wil ik jou als lezer van dit boek bedanken. Ik hoop dat je door de tips en aanwijzingen in mijn boek een aantal stappen hebt gezet naar het schrijven van ijzersterke inspirerende teksten. Zodat jouw boodschap staat als een huis, jij jezelf nog beter positioneert als expert en jouw klantenbestand groeit als kool.

Daarnaast wil ik Daisy Goddijn enorm bedanken. Zij is de reden geweest dat ik de stap heb gezet om mijn boek te schrijven. Ook al was een boek schrijven een van mijn bucketlistdingetjes, ik denk dat dit boek er nu nog niet had gelegen als zij mij niet zo had gemotiveerd om het gewoon NU te doen. Dank je wel Daisy, voor de superfijne samenwerking, je passie en je doorzettingsvermogen om mij over de drempel te helpen. En natuurlijk superbedankt dat je het voorwoord van mijn boek hebt geschreven.

Manon Müller wil ik bedanken voor het redigeren van mijn boek. Fijn dat je dat hebt willen doen, en er fouten hebt uitgehaald, waar ikzelf blind voor ben geworden door het schrijven van en sleutelen aan mijn tekst. Kearan Zuurendonk wil ik bedanken voor haar hulp bij het controleren van de drukproef. Fijn dat je dat hebt willen doen.

Wout Kloppenberg, dank je wel voor de supermooie tekeningen die je hebt gemaakt. ik ben er erg blij mee.

Stef, dankjewel dat je in de periode dat ik aan het schrijven was, al mijn verhalen hebt aangehoord en me hebt gemotiveerd. Superfijn

dat je me tijdens het schrijven mijn gang liet gaan. Bewust, om mij niet te beïnvloeden tijdens het schrijven. (Op het moment dat ik dit nawoord schrijf, heeft hij dan ook nog niets gezien van mijn boek.)

Daarnaast heeft hij mij hele weekenden laten werken en alles thuis geregeld, zodat ik mijn handen vrij had. Dank je wel dat je ik lekker mijn eigen ding kon doen.

Julia en Jorten, vanaf nu ben ik hopelijk weer wat gezelliger en ben ik in het weekend af en toe ook weer eens beneden. Maar hé, jullie kunnen nu wel zeggen: 'mijn moeder heeft een boek geschreven.' ☺

Mijn bff Daniëlle wil ik bedanken voor het steeds opnieuw aanhoren van wat ik die dag weer had geschreven. Ook zij was een grote motivatie om door te zetten en ervoor te zorgen dat dit boek er kwam. Dank je wel Daniëlle, voor je luisterend oor en voor je motivatie. En Koen en Daniëlle (en natuurlijk Stef): enorm bedankt voor alle creatieve brainstormsessies over de titel van mijn boek, tijdens de après-ski. We hebben samen een mooi lijstje met de meest exotische varianten bedacht. ;)

Mijn ouders en schoonouders, Harold, Marianna, Ansje, Janita, Wouter en Sofie, wil ik ook bedanken voor hun vertrouwen in mij, en voor hun interesse. Het is erg fijn om jullie om me heen te hebben.

Daarnaast bedank ik de andere auteurs van de 10-stappenboeken voor hun enthousiasme, tips en motivatie tijdens het schrijven van onze boeken. Ik denk niet dat het me zo snel gelukt was zonder ons gezamenlijke doel om binnen 3 maanden onze boeken te schrijven en te publiceren. En hoe cool is het, dat dat is gelukt. Ik ben trots op ons!

Tot slot wil ik zeker ook niet voorbijgaan aan de mensen die mij via mijn social media met berichten hebben gemotiveerd. De veelvuldige reacties op mijn posts waren super. Dank jullie wel daarvoor.



Lees ook andere boeken uit deze boekenserie

IN 10 STAPPEN:

- DE BESTE START VOOR JE BOEK – *Daisy Goddijn*
- EFFECTIEVE E-MAILMARKETING ONTMASKERD – *Jan Everts*
- EEN TOPTEAM – *Bene Bailleul*
- JE PODIUM PAKKEN – *Eva Brouwer*
- NAAR EEN RADICALE QUANTUM MINDSHIFT – *Roy Martina & Giovanni Eleonora*
- VAN CONFLICT NAAR SAMEN WERKEN – *Tom Goddijn*
- VAN KLANT NAAR AMBASSADEUR – *Arnoud Kuipers*
- SUCCESVOL BELEGGEN – *Harm van Wijk*
- PROFESSIONAL VANUIT JE HART – *Mascha Struijk*
- EEN WINSTGEVENDE FACEBOOKGROEP – *Kim Buining*
- ONTSPANNEN SUCCESVOL – *Daisy da Veiga*
- JE GEZONDHEID IN EIGEN HAND – *Inez Plaatsman*
- AUTHENTIEK LEIDERSCHAP – *Sylvia Buining*
- EEN MAGISCHE MASTERMIND – *Jeanet Bathoorn*
- GRIP OP GROEI & GRILLIGHEID – *Gwen Dudok van Heel*
- CONTINU ONLINE KLANTEN – *Petra Iuliano*
- LEREN VANUIT TALENT – *Karen Dijkstra*
- EVOLUTIONAIR JE DOELEN BEREIKEN – *Maike van Meulen*

Kijk op **www.10stappenboek.nl** voor de overige titels en meer informatie over deze handige boekenserie.

