

A woman with long dark hair, wearing a green fur coat, is smiling and looking to her right. She is standing in front of a brick wall. The image is partially overlaid with text boxes.

Cheatsheet

Overtuigende teksten schrijven

JOUW BUSINESS ONLINE



'Ik heb zo ontzettend mijn best gedaan op mijn website en mijn teksten, en toch lijken mijn bezoekers niet overtuigd. Wat doe ik verkeerd?'

Over het schrijven van goede teksten kan ik een boek schrijven 😊 Maar om het even concreet te houden heb ik een aantal simpele tips om te zorgen dat jouw teksten **WEL** gelezen gaan worden.

Ik ga eerlijk met je zijn: ik ben niet afgestudeerd aan de universiteit voor spelling en grammatica.

Ik ga dan ook vooral in op de opbouw en inhoud van sterke teksten.

Wat betreft de grammatica: Laat altijd even iemand je teksten nalezen. Je leest heel snel over je eigen typ,- en grammaticafouten heen.

Wil je alles 100% perfect, laat je teksten dan door een professional schrijven of nakijken.

Ik weet dat de meningen hierover verdeeld zijn.

En eerlijk gezegd: mijn mening is ook:

'Het gaat om de boodschap',

maar wanneer in elke zin een spelfout staat kom je toch ook niet heel betrouwbaar over.

Keuzes dus...

Tekstopbouw

We gaan starten met de opbouw van de tekst. Want.. Je kunt nog zo'n goede tekst schrijven maar als je bezoeker niet lekker leest, of niet snel ziet of deze tekst voor hem of haar relevant is haakt hij, vaak onbewust, toch af.



Let op met kleurgebruik. Doe niet te gek. Als bezoekers moeite moeten doen om te kunnen lezen haken ze sneller af. Let dus op met te donkere achtergrond of een TE felle tekstkleur. Zorg dat de tekst goed afsteekt tegen de achtergrond.



Gebruik een duidelijk leesbaar, rustig lettertype. Ook al houd jij wel van lekker sierlijk, het is bewezen dat een rustig lettertype beter leest. De hersens hoeven hiervoor minder inspanning te leveren. Goed leesbare lettertypen zijn onder anderen: Arial, Tahoma, Montserrat en Roboto.



Gebruik een pakkende Titel. Een die goed de inhoud van de tekst omschrijft en liefst nog een beetje nieuwsgierig maakt.



Deel je tekst op in alinea's. Zo ziet je bezoeker meteen wat voor hem van belang is en kan hij snel vinden waar hij naar op zoek is.



Gebruik tussenkopjes om de tekst nog verder op te delen .



Gebruik opsommingen (bijv met bulletpoints). Dat is overzichtelijk en mensen houden van rijtjes en lijstjes.

P.s: het eerste en laatste punt worden het beste onthouden!



Gebruik de onderstreepfunctie alleen voor links. Onderstrepen wordt namelijk door vrijwel iedereen automatisch geassocieerd met een klikbare link. Wanneer dit niet zo is wekt dat irritatie op.

Inhoud

3

*Dan gaan we nog even in op de inhoud van je teksten,
want: hoe ga je jouw ideale klant overtuigen?
Is dat nodig dan? -> Yes!*

Omdat...

1

Er meer personen zijn die doen wat jij doet..
Waarom zouden ze bij jou moeten zijn?

2

Het is bewezen dat 95% van de websitebezoekers niet uit zichzelf actie onderneemt.
Om dat wel te laten gebeuren spelen verschillende factoren een rol..
Waaronder het overtuigen van je bezoeker...



'Moet ik dan meteen een overweldigend pleidooi gaan houden over hoe goed ik wel niet ben en die klanten meteen 3 keer mijn aanbod voor de voeten werpen?'

Nee hoor. Maar je zult wel moeten zorgen dat iets ze triggert om door te lezen en dat ze een connectie voelen.



Wees dus vooral jezelf. Ja, hierdoor zullen er mensen zijn die afhaken. Maar je houdt de mensen over die je wel aanspreekt. En daar doe je het voor.



Zorg dat je direct die klant aanspreekt die bij jou past. De gemiddelde bezoeker beslist in de eerste 5 seconden dat hij op een website belandt of deze de informatie bevat waar hij of zij naar op zoek is. Je hebt dus 5 seconden om te laten zien dat dat zo is.

Eerder schreef ik al over het kiezen van een ideale klant. Als jij deze helder hebt, kun je deze persoon ook aanspreken. Omschrijf in een paar regels waar deze klant naar op zoek is, of wat zijn vraag of probleem is.



Maar het gaat toch om wat ik bied of verkoop? Veel ondernemers beginnen in eerste instantie over zichzelf of over hun producten of diensten. Maar de meeste bezoekers zijn niet op zoek naar een product of dienst. Ze zijn op zoek naar de oplossing voor hun probleem.

Je mag dus in eerste instantie 'het probleem' of 'de pijn' van jouw ideale klant beschrijven.

Je bezoeker moet zich herkennen in jouw verhaal, om vervolgens een oplossing te vinden voor zijn probleem. Dan komt dus jouw aanbod.



Maak gebruik van emotie

Gedrag, en dus ook koopgedrag, treedt voor het grootste gedeelte op, op basis van emotie. Dit wordt geregeld door ons onderbewuste. Wanneer je dus inspeelt op emotie maak je pas echt contact met je bezoeker.

Benoem dan ook het verlangen van de persoon. Waar wil hij naar toe? Wat wil hij bereiken? Wat is zijn droom?



Zorg voor verbinding

Laat zien wie jij bent en waar je voor staat.

Alleen dan krijg jij de klanten waar je naar op zoek bent. Mensen kopen tegenwoordig van mensen. Ze willen weten wie er achter het bedrijf zit en of diegene past bij zijn of haar overtuigingen. Accepteer dat je door jezelf te zijn mensen afstoot, maar belangrijker nog, mensen aantrekt..



Benoem de oplossing

Namelijk: jij of jouw product.

Vertel je bezoekers wat je doet, of aanbiedt. Omschrijf kort en bondig waar jij jouw klanten mee helpt en op welke manieren je dit doet.

Benoem ook wat jouw oplossing je klant oplevert. Wat hebben ze bereikt als ze met jou hebben gewerkt? Wat kun jij ze beloven?

Wanneer is jouw missie geslaagd?

Rond dus af met iets als:

'Na onze samenwerking heb jij... '

'Mijn missie is geslaagd als... '

Yes, dat was 'm!

Aan de slag met die teksten! Succes! 😊