

# Tekstbureau Duidelijk Zo



## Praktische tips voor het schrijven van webteksten

*De stijl verbeteren betekent de gedachte verbeteren. (Friedrich Nietzsche)*

## Om te beginnen ...

Iedereen kan schrijven. Goed schrijven is echter een kunst, zeker als het gaat om webteksten. Hoe zorg je ervoor dat je boodschap duidelijk en helder is? Hoe kun je de aandacht van een bezoeker trekken en hoe zorg je ervoor dat deze ook op je site blijft? Met deze praktische tips kun je zelf een heel goed resultaat behalen. Veel succes!

Jan Kok

## 1. De inhoud

### Kort en krachtig

Als je voor een website schrijft, moet je twee dingen weten: bezoekers komen niet om te lezen en ze zijn ongeduldig. Ze zoeken informatie en willen die snel kunnen vinden. Je hebt slechts 10 seconden om de aandacht te trekken. En nog geen minuut om ze te laten begrijpen wat de voordelen van je dienst of product zijn.

### Structuur

Denk goed na waarover je wilt schrijven. Voorkom leesmoetheid. Help bezoekers door teksten goed te structureren. Maak meteen je punt. Denk aan krantenberichten. Ze beginnen vaak met de conclusie, geven dan ondersteunende informatie en eindigen met de achtergrond en technische details. Zo kan de lezer besluiten of hij het hele artikel leest of alleen de koppen.

### Prikkelen

Vertel direct welk voordeel het lezen van de tekst biedt. Bezoekers vragen zich af: Waarom zou ik dit lezen? Schrijf helder en overtuigend. Geef ze een onweerlegbaar argument om je tekst helemaal te lezen.

## 2. De opbouw

### Informatiebrij

Lezen vanaf een beeldscherm is vermoeiend. Je doet bezoekers van je site geen plezier met grote lappen tekst. De meeste mensen willen zich niet door een woordenbrij heen worstelen.

## Scanbare teksten

Bezoekers willen teksten kunnen scannen. Het grootste deel van de tekst laten ze voor wat het is. Maak ze dus ook scanbaar. Houd ze kort en overzichtelijk. Dan zien bezoekers in één oogopslag of de pagina voor hun interessant is.

## Structuur

Een goede manier om je teksten scanbaar te maken is structureren. In een goede tekst staat alle informatie in een logische volgorde. Gebruik alinea's, deeltitels en kernzinnen. Houd alinea's kort: maximaal 5 à 6 zinnen en maximaal 50 woorden. Maak kernwoorden en -zinnen vet.

## Kernzin

Meestal zijn zinnen niet gelijkwaardig. Eén is de belangrijkste: de kernzin. Deze geeft aan waar de alinea over gaat en doet een uitspraak over het onderwerp. De andere zinnen ondersteunen deze zin. De beste plek voor een kernzin is aan het begin van een alinea. Hoe eerder de lezer de belangrijkste informatie ziet, hoe sneller hij de opbouw begrijpt.

# 3. De schrijfstijl

## Gebruik woorden die de caissière van de supermarkt ook kent

Maak het bezoekers gemakkelijk je boodschap te begrijpen door in gewone mensentaal te schrijven. Dat hoeft geen jip-en-janneketaal te zijn. Niet simpel, maar wel helder.

## Wees voorzichtig met jargon

Elk vak heeft zijn eigen vocabulaire. Het kan bezoekers afschrikken. Een matig gebruik van zorgvuldig gekozen jargon kán echter je expertstatus versterken en je aantrekkingskracht vergroten.

## Schrijf actief en concreet

Voorkom dat bezoekers uit verveling wegklikken. Gebruik de bedrijvende vorm. Zo wordt je tekst direct, informatief en gemakkelijker te begrijpen.

## **Gebruik korte zinnen**

Maak zinnen van maximaal 15 woorden. Zo voorkom je dat je lezer halverwege de draad kwijt raakt.

## **Gebruik sterke woorden**

Krachtige, enthousiaste woorden drijven het tempo in je zinnen op en prikkelen de nieuwsgierigheid van je lezer.

# **4. Call to action**

## **Actie**

Wat wil je dat bezoekers van je site doen: inloggen, verzenden, aanvragen, bestellen? Dit is een call to action. Een helder, eenvoudig en dwingend aanbod dat je lezers overhaalt te doen wat jij wilt dat ze doen. Een trigger om je lezer op het pad van conversie te zetten.

## **Conversie**

Conversie is het percentage bezoekers dat uiteindelijk tot een bepaalde actie overgaat. Alles wat jij wilt dat bezoekers op je website doen. Zorg voor een bijzonder sterk aanbod dat mensen overhaalt jou toestemming te geven met hen in contact te komen in ruil voor iets aantrekkelijks.

## **Tips voor een call to action**

Zorg dat de call to action helder is en in het oog springt. Maak hem vet. Gebruik een groter lettertype of een afwijkende kleur.

Hou het simpel. Mensen willen niet nadenken. Ze willen iets en ze willen het nu. Gebruik de gebiedende wijs. Laat mensen niet door veel pagina's heen klikken om de actie te voltooien.

Goede woorden om te gebruiken zijn: gratis, aanbieding, direct, korting, bespaar, voordeel, eenvoudig, geheim, succes, tips, enz.

Maak het de moeite waard. Vertel bezoekers welk voordeel hen wacht. Prikkel hun behoefte. Noem het prijsvoordeel, de tijdsbesparing of het gemak. Stel geen voorwaarden of regels. Geef eens iets weg.

## Tot slot ...

Indien je hulp kunt gebruiken bij het schrijven van je teksten, kijk dan op de [website](#) of neem contact op voor de mogelijkheden: [duidelijkzo@ziggo.nl](mailto:duidelijkzo@ziggo.nl).

Dit e-book is een uitgave van Tekstbureau Duidelijk Zo. Misschien kun je iemand hiermee helpen. Je bent daarom vrij om het te delen met anderen, het digitaal door te sturen of te printen.

Het is ook toegestaan delen uit dit boekje te publiceren, mits je in de tekst deze bronvermelding zet: © Tekstbureau Duidelijk Zo | [www.duidelijkzo.weebly.com](http://www.duidelijkzo.weebly.com).