

# CHECKLIST

Voor overtuigende en  
glasheldere teksten



**Wim van der Mark**

TRAINER, SPREKER EN AUTEUR  
VOOR OVERTUIGENDE EN  
GLASHELDERE TEKSTEN

---

# CHECKLIST VOOR OVERTUIGENDE EN GLASHELDERE TEKSTEN

- Is bij het scannen in enkele seconden duidelijk dat je tekst de moeite waard is?
  - Weet je welke vragen er bij je lezer opkomen in de eerste seconden?
  - Heb je alle opkomende vragen van de lezer beantwoord?
- 

## Is je tekst actief geschreven?

- Gebruik spreektaal, dus de woorden die je gebruikt in het dagelijks taalgebruik
- Gebruik zo min mogelijk het woord 'worden' (wordt gemaakt, wordt gestuurd)
- Herschrijf zinnen met de hulpwerkwoorden zullen, gaan, kunnen en willen
- Gebruik zo min mogelijk zelfstandig naamwoorden van werkwoorden (wij zorgen voor de oplossing = wij lossen het op)

## Is je tekst bondig?

- Kijk welke tekst overbodig is, vaak kan de eerste alinea weg
- Wat is 'need to know' en wat is 'nice to know'?  
Nice to know kan weg of in een bijlage
- Zoek de woorden:
  - dus
  - natuurlijk
  - inderdaad
  - maar
  - kortweg
  - met andere woorden en
  - anders gezegd
- Is deze tekst dubbel en kan deze dus weg?

## Kost het veel concentratie om je tekst te lezen?

- Staat de essentie in de kortste (meestal de eerste) alinea?
- Gebruik geen woorden met meer dan 4 lettergrepen
- Gebruik zo min mogelijk woordafbrekingen aan het einde van de zin
- Breek in ieder geval geen data, bedragen en namen af
- Gebruik geen jargon, vaktaal en afkortingen

## DIALOOGTRAINERS

### Vervang de volgende woorden:

aan de hand van  
desalniettemin  
dientengevolge  
omtrent  
met betrekking tot  
met het oog op  
ten behoeve van  
door middel van  
reeds  
indien  
alsmede  
te Hoofddorp

### door:

met  
toch  
daardoor  
over  
over  
om  
voor  
door  
al  
als  
ook  
in Hoofddorp

### Is je tekst overzichtelijk?

- Zoek komma's en de woorden 'en' en 'of'. Kun je hier een nieuwe zin starten?
- Gebruik geen *cursieve* tekst, behalve voor citaten
- Gebruik geen s p a t i e s in woorden
- Gebruik geen HOOFDLETTERS in woorden om ze op te laten vallen
- Gebruik nauwelijks of geen uitroeptekens
- Zet een tussenkopje of heading boven elke alinea

### Is je tekst positief?

#### Gebruik geen woorden als:

- onmogelijk
- moeten
- niet
- probleem
- hopen
- geen
- proberen
- men

#### Gebruik woorden als:

- gratis
- profiteren
- extra
- vandaag
- exclusief
- voordelen
- uniek
- nu
- gemak
- eenvoudig
- korting
- nieuw
- gemakkelijk

### Is je tekst persoonlijk?

- Gebruik minimaal twee keer zo vaak 'u', 'je', 'uw' en 'jouw' als 'wij', 'ons' en 'onze'
- Gebruik waar mogelijk namen van personen of woorden waarin de lezer zichzelf herkent
- Gebruik quotes of testimonials (en zet ze tussen "...")
- Gebruik veel persoonlijke gegevens in de tekst, zoals de naam van de ontvanger, bedrijfsnaam, branche, bedrijfsomvang, woonplaats, beroep of interessegebied.

### Is je tekst beeldend?

- Communiceer met de rechter hersenhelft van je lezer, daarmee scant de lezer je tekst
- Dat gaat het best met beelden en beeldende tekst
  
- Bouw vergelijkingen in, voorbeelden:
  - Zo groot als een vliegtuighangar (erg groot)
  - Van Amsterdam naar Lyon (1.000 km)
  - Slechts 50 cent (goedkoop)
  - Maar liefst 50 cent (duur)
  
- Communiceer in beelden, voorbeelden:
  - Schrijden, wandelen, joggen (lopen)
  - Ferrarirood (erg rood)
  - Drie vrachtwagens vol (erg veel)

### Is je tekst concreet?

- Vermijd de volgende woorden:
  - Binnenkort
  - Snel
  - Spoedig
  - z.s.m.
  
- Doe concrete toezeggingen met bijvoorbeeld een exacte datum of prijs. Dat maakt je betrouwbaar en je roept geen nieuwe vragen op. Als jij al twijfelt wanneer de lezer iets hoort of krijgt, dan doet de lezer dat ook.

### Schrijf je naar je doel?

- Heb je een duidelijke call to action?
- Vraag je actief om een reactie? (bijvoorbeeld: schrijf je in door, neem contact op met)
- Heb je vermeld waar mensen terecht kunnen voor meer informatie?
- Is het gemakkelijk en concreet? Niet 'bel ons', maar 'bel ons op (020) 123 456 78'
- Noem telefoon, e-mail of een opvallende link zodat de lezer keuze heeft
- Vermijd zinnen als 'Ik vertrouw erop je hiermee van dienst te zijn geweest' (je sluit de dialoog dan af)
- Gebruik niet het woord 'hopen'

### Trekt de eerste zin je lezer direct in je tekst?

- De eerste zin is heel belangrijk. Daarmee krijgt de lezer direct een beeld van je hele tekst.
- Annie M.G. Schmidt begint elk boekje met korte beeldende zinnestukjes die direct vragen oproepen:

**“Jip zit bij de kapper. Knip, knap, zegt de schaar. En Jip zegt: Au!”**



## EXTRA

### 60 suggesties voor jouw pakkende eerste zin

- Ik houd deze e-mail kort.
- Vraag 10 mensen wat ..... voor hen betekent.
- Morgen is je laatste kans om...
- Het is waar, ...
- Als gebruiker van...
- Als liefhebber van...
- Hoeveel tijd en energie besteed je aan..?
- Wat doe je als je ....nodig hebt?
- Donderdag de 27e is een belangrijke dag: ...
- Over één ding zijn we het eens: ...
- Sta eens een moment stil bij...
- Misschien weet je het nog niet, maar...
- Komt dit je bekend voor?
- Ik nodig je uit om...
- Van harte gefeliciteerd!
- Ontdek nu...
- Ik schrijf je vandaag als moeder (of vader, vriend, collega, stadsgenoot)
- Terwijl je deze tekst leest...
- Ik kan je 10 goede redenen noemen waarom...
- Stel je eens voor dat...
- Ben je niet tevreden over...?
- Ben je tevreden over...?
- Je klanten verwachten van je dat...
- Wil je besparen (of verdienen, winnen, leren, genieten)?
- 378 mensen kunnen zich niet vergissen.
- Goed nieuws!
- Toen je 7 jaar geleden voor het eerst een bestelling deed...
- Dit is jouw kans om...te verdienen (of te besparen of te winnen)
- Weet je waarom (of wie, waar, hoe) ...?
- Het zal je maar gebeuren dat....

## EXTRA

### 60 suggesties voor jouw pakkende eerste zin

- Voor je het weet...
- De meeste mensen vinden dat...
- Het blijft een raadsel waarom...
- Vraag jij je ook af waarom...
- Soms weet je het direct...
- Twijfelen hoeft niet meer!
- Hoe kan het toch dat...?
- Als je nog niet weet hoe (of waarom, waar, wie) ...?
- Vraag je je af hoe (of waarom, waar, wie) ...?
- Gun jezelf even de tijd om...
- Als je weten wilt hoe (of waarom, waar, wie) ...
- Dit is vast herkenbaar: je ...
- Ken je dat? Je...
- Het is altijd verstandig om...
- De beste manier om...is...
- Vroeger kon je nog...maar nu...
- Heb je het al gehoord?
- Wil je snel en eenvoudig...?
- Dit is je kans!
- Je weet best dat...
- Heeft...prioriteit voor jou?
- Wat betekent het voor jou als je bedrijf...behaalt?
- Ik heb een idee om...aan te pakken.
- Net als jij, ...
- Suggesties voor....heeft niet iedereen.
- Sinds enige tijd...
- Recente berichten in de pers...
- Eindelijk is het zover: ...
- Als je nu eens écht wilt weten hoe (of waarom, waar, wie)
- Als je werkt als ....., moet je zeker zijn dat...

## Eindredactie

- Heb je de opgemaakte versie eerst kort bekeken?
- Heb je de opgemaakte tekst eerst kort aan iemand anders laten zien?
- Heb je gevraagd wat hij/zij zag en welke vragen er opkwamen?
- Zijn alle lezersvragen beantwoord?
- Heb je de tekst hardop voorgelezen?
- Heb je waar mogelijk tijdsdruk toegevoegd?
- Heb je de spellingscheck en leesbaarheidsstatistieken in MS Word gebruikt?
- Heb je (lees)tekens gecheckt die vaak fout gaan bij het printen?  
(€, ü, ë, é, ñ)

---

## WIL JE VEEL BETER LEREN SCHRIJVEN?

Bel of mail me als je een training zoekt voor je team:

- (06) 54 64 43 14
- wim@dialogtrainers.nl

Bekijk voor een individuele training bij een opleidingsinstituut de trainingsagenda op mijn website.



**Dialogtrainers.nl**