

5 webcopywriting technieken die opbrengen

Webpagina's, sociale netwerksites, flashy banners, opvallende afbeeldingen... Het web biedt tegenwoordig een mooie grafische interface aan z'n gebruikers. Wanneer u al deze flashy zaken wegdenkt, blijft enkel de essentie over en dat zijn woorden. En dat is wat zoekmachines interesseert. Maar nog belangrijker: dat is ook wat mensen lezen. Webcopywriting bundelt zowel de kracht van woorden als de kracht van het internet.

Waar moet u nu precies op letten bij het schrijven van teksten voor het web? Wij geven u graag enkele belangrijke webcopywriting technieken mee.

Schrijf alsof u tegen uw lezer spreekt en laat te stijve schrijftaal achterwege

Hiermee wordt bedoeld: schrijf persoonlijk. **Gebruik** hiervoor het woord 'u'. Dit creëert een gevoel van verbondenheid, wat best wel opvalt in het onpersoonlijke world wide web. Doe gerust even de test en tel hoeveel keer de woorden "wij, we, ons, onze, ik, mijn" op uw site voorkomen. Indien u hetzelfde doet met de woorden "u, uw, jij, jouw" en u bekomt bij dit laatste een getal dat veel kleiner is dan de eerste reeks, dan is uw tekst veel te zelfzuchtig en onpersoonlijk. Een herwerking richting **klantvriendelijkheid** dringt zich dan op. Schrijf ook steeds **to the point** en als het onderwerp of uw doelgroep het toelaat, zelfs wat speels.

Verdeel uw tekst in korte alinea's en werk met krachtige tussentitels

Deze techniek maakt uw tekst uiterst **scanbaar**. Dit is nodig, gezien het merendeel van de surfers enkel de grote lijnen van een tekst doorneemt op zoek naar het antwoord op hun vraag of een oplossing voor hun probleem. Maak gebruik

van korte woorden, zinnen en alinea's. U duwt zo de lezer als het ware vooruit in uw tekst. Aarzel ook niet om belangrijke woorden te onderlijnen, in het vet te zetten of te benadrukken in kleur. Toch blijft de regel bij webteksten uw **woordenaantal** te beperken (min. 100 en max. 400).

Wees origineel en straal enthousiasme uit

Wist u dat oprecht enthousiasme bijzonder aanstekelijk werkt? Schrijf een enthousiaste tekst en uw lezer zal ook enthousiast zijn. Slaag erin uw lezer zich goed te doen voelen en u zult verstandig staan van wat u allemaal kunt bereiken. Een vuistregel hierbij geldt: wees origineel! Enkel zo valt u op in de grijze massa. Met een goede, **originele openingszin of -titel** opent u de lezer z'n ogen. U dwingt hem/haar bijna om verder te lezen.

Spreek over... ultieme voordelen!

Nogal wat bedrijven vinden het belangrijk veel over zichzelf te schrijven op hun website. Toch is dit niet het eerste waar de surfer aan denkt als hij via een zoekmachine op uw webpagina terecht komt. Het bijna kapot geciteerde 'what's in it for me' blijft het belangrijkste! Formuleer heel concreet alle **voordelen** voor de klant **van elk product of dienst** dat zich op uw website bevindt. Ga er niet van uit

dat mysterieus blijven aanzet tot contactname. Integendeel, de surfer klikt heel snel weg als iets onduidelijk is. Nog beter is het verduidelijk van de **ultieme voordelen**. Dit zijn de **eindoelen van uw klant**, bv. tijds winst, meer verkoop, imago, klantenbinding, gemak, etc.

Webteksten die scoren bij Google

Een onderdeel van webcopywriting is SEO-copywriting of **webteksten** schrijven die **vindbaar zijn door zoekmachines** zoals Google. Stevige content is namelijk iets waar Google op kickt. U kan dit bereiken door uw belangrijke trefwoorden (uw producten, diensten, activiteit, nieuwsitems) op een goede manier te verwerken in uw teksten, titels en webpagina titels.

Zet de lezer aan tot actie

Verwerk **op elke webpagina een call-to-action** (een aanzet tot actie): dit kan een bestelknop zijn, een button naar het bestelformulier, een link 'contacteer ons', etc. Deze call-to-action bevindt zich meestal onderaan uw webpagina. Tenzij het om een lange webpagina gaat. Dan kiest u er beter voor om uw call-to-action of link te herhalen halverwege uw webpagina. De stelregel blijft dus: geef uw surfer relevante, unieke en boeiende informatie en u krijgt er zeker zelf ook iets voor terug.

U wilt reageren? we.listen@cxonet.be