**Datum:** 9 juni 2021

**Betreft:** teksten website

**VRAGENLIJST TEKSTEN WEBSITE**

Zonder een goede briefing, zal zelfs de beste copywriter geen perfecte tekst voor je kunnen schrijven. Daarom is dit voorbereidend werk belangrijk. Kan je dit zo volledig mogelijk invullen aub?

**Beschrijving**

·         De naam van je bedrijf

·         De missie en visie van het bedrijf

·         Hoe groot is jouw organisatie?

·         De (kern)waarden van het bedrijf

·         Links naar je website en social media accounts

·         Jouw naam en je contactgegevens

·         Wie zijn jouw concurrenten? Zijn er dingen die je bewondert aan de concurrent? Welke zijn dat en waarom?

·        Heb je bestaand marketing- en communicatiemateriaal (folder, flyers, brochures, websites, …)?

Geef het aan de copywriter, zodat hij dat kan bestuderen.

·         Welke diensten en/of producten levert jouw organisatie?

·         Wat wil je bereiken door samen te werken met een tekstschrijver?   
 Bijvoorbeeld: beter vindbaar in Google, autoriteit en/of expertise uitstralen, leads genereren, ...

·         Welk type teksten wil je laten schrijven? Bv: nieuwsberichten, blog, webpagina's, nieuwsbrieven, …

·         Kun je jouw doelgroep(en) beschrijven? Zijn het particulieren of bedrijven? M/V? Leeftijd?

·         Welk opleidingsniveau hebben ze meestal?

·         Met welke problemen kampen ze waarvoor jouw organisatie de oplossing biedt.

         Wat zijn hun angsten, passies, ambities en overtuigingen?

·         Welke tone of voice hanteert jouw organisatie? Informeel, formeel of anders? Gebruik je bepaald jargon?

Maak je graag een grapje? Of ben je juist altijd zakelijke en serieus? Eerste of derde persoon? U of jij?

Wil je vooral inspireren, of ligt de nadruk meer op informeren?

·         Waarom heb je teksten nodig? Wat wil je bereiken met de teksten?

·         Wil je jouw lezers informeren, motiveren of inspireren?

·         Wat moet de call-to-action zijn? Met andere woorden, wat wil je dat de lezer doet na het lezen van de tekst?

Vb: aanvraag via contactformulier, plaatsen van een bestelling, inschrijven op nieuwsbrief, download PDF

·         Kan je zelf fotomateriaal aanleveren of moeten wij hiernaar op zoek?

·         Wat komt er op de homepagina?   
Paragraaf ‘wie zijn wij’? Wat mogen we daar vertellen?

Paragraaf ‘wat doen wij’? Wat mogen we daar vertellen?

Paragraaf ‘waarom kiezen voor ons’? Wat mogen we daar vertellen?

Paragraaf ‘onze aanpak’? Wat mogen we daar vertellen?

Paragraaf ‘enkele getuigenissen’? Wat mogen we daar vertellen?

·         Wat komt er op de pagina ‘verzekeringen particulier’?

Wat biedt het bedrijf aan op dit gebied?

Welke onderdelen moeten aan bod komen?

Waarop onderscheidt het bedrijf zich van de concurrentie?

·         Wat komt er op de pagina ‘verzekeringen bedrijven?

Wat biedt het bedrijf aan op dit gebied?

Welke onderdelen moeten aan bod komen?

Waarop onderscheidt het bedrijf zich van de concurrentie?

·         Wat komt er op de pagina ‘over ons?

Wat is de missie (= opdracht) van het bedrijf?

Wat is de visie (= filosofie) van het bedrijf?

Hoe is het bedrijf ontstaan?

Hoe lang bestaat het bedrijf?

Wat zijn de kernwaarden van het bedrijf?

Hoe groot is het bedrijf?

**Wat is jouw elevator pitch?**

Maak in een Excel spreadsheet een tabel met 4 kolommen. De eerste kolom noem je ‘**Omschrijving’** en je zet hierin alle dingen die iedereen die je website bezoekt zou moeten weten over jouw bedrijf. Schrijf uit je hoofd in korte zinnetjes zoveel mogelijk op. Wat bied je? Welke problemen los je op? Waar onderscheid je je mee? Waarom doe je wat doet? Op welke manier? Wat zeggen klanten over jou? Waar zijn ze enthousiast over?

Geef de 2e kolom de naam ‘**Belangrijk’**. Zet in deze kolom per punt een cijfer tussen de 1-10 waarbij 10 betekent “Het is essentieel dat bezoekers van mijn website dit gelijk weten” en 1 betekent “Dit is in eerste instantie niet echt belangrijk”.

Geef de 3e kolom de naam ‘**Uniek’**. Zet in deze kolom per punt een cijfer tussen de 1-10 waarbij 10 betekent “Dit onderdeel maakt mij uniek” en 1 betekent “Dit geldt ook voor mijn concurrenten”.

In de 4e kolom tel je de punten uit kolom 2 en 3 bij elkaar op. Sorteer vervolgens de lijst van hoog naar laag. Neem de bovenste 2 à 3 punten en probeer hier een pakkende zin van te maken. Maak gerust een paar ‘slechte’ versies om lekker op gang te komen. Tevreden over je zin? Gefeliciteerd, je hebt de ‘**elevator pitch’** voor je website klaar!

**Ter informatie**

Ga ervan uit dat de copywriter niets over het onderwerp weet en geef hem of haar daarom zoveel mogelijk bruikbare informatie en bronnen zoals blogposts, whitepapers, onderzoeken, rapporten, …   
En, indien toepasselijk, de naam en contactgegevens van een deskundige die hij of zij kan interviewen via telefoon.

Formuleer indien mogelijk een beknopte structuur van je verhaal, oftewel kop, midden en staart. Zet de belangrijkste punten of argumenten die je wilt overbrengen in bullet points. Hiermee bereik je niet alleen dat de schrijver een betere tekst voor je zal schrijven, maar ook dat de tekst inhoudelijk ook feitelijk jouw verhaal is.