

20 praktische tips voor het schrijven van een blog



1. Bepaal je onderwerp - houd het klein

Het succes van een goede blog is de mate waarin deze antwoord geeft op vragen die je lezer bezighouden. Vraag je bij iedere blog af: wie is de lezer, waar loopt hij of zij mee rond en wat heeft hij of zij aan deze blog? Geef per blog antwoord op één vraag. Houd het klein. Kijk kritisch naar mogelijke vragen waarmee je doelgroep het internet opgaat (die men intoetst in het Google zoekscherm) of welke vragen klanten aan jou stellen. Word alert op de behoeften die je signaleert in gesprekken met (potentiele) klanten. Neem eens een kijkje in je verzonden items, heb je daar antwoorden gegeven op vragen van klanten? Bel gerust eens een klant en vraag wat hem of haar bezighoudt. Betrek klanten bij je blogs. Houd alle inspiratie bij, bijvoorbeeld in een notitie op je telefoon.

2. Schets de focusvraag en kernboodschap

Huiswerk alvorens echt te gaan schrijven: heb je een onderwerp bepaald, omschrijf dan voor jezelf de focusvraag op inclusief de kernboodschap. Op welke specifieke vraag geef je in dit stuk antwoord. Welke vraag beantwoordt je blog? Dit weerhoudt je ervan om teveel zijsprongen naar andere onderwerpen te maken. Met een focusvraag en korte omschrijving - de kernboodschap - geef je voor jezelf richting aan het stuk. Vraag je tijdens het schrijven voortdurend af: wijk ik af of heeft dit nog betrekking op de focusvraag en kernboodschap?

3. Zorg dat je kop de aandacht trekt

Een kop moet trekken en de lading dekken. Ik adviseer niet direct veel tijd te besteden aan het bedenken van een pakkende kop. Begin met schrijven en zodra je alles wat je wilt vertellen in het artikel hebt staan, begin je met het formuleren van de uiteindelijke kop. Welke zin vat je verhaal samen en wat is het doel van het verhaal, probeer dat kort in de kop te verwerken. Goed werken de 'Hoe', 'Waarom' en 'Wat' vragen. Dus: 'Hoe pas je als ondernemer de .. toe' of 'Wat heb jij als ondernemer aan ..' 'Hoe pas je x-regeling eenvoudig toe', 'Waarom is het belangrijk om' etc. Ook de tien tips, 5 redenen, 6 meeste gemaakte fouten, 3 valkuilen, 5 succesfactoren, etc. worden goed gelezen. Maar ook een belofte werkt: 'Een gezond arbeidsklimaat in 10 dagen'. Of inhoudelijke stukken zoals een checklist, sjablonen en whitepaper. Schrijf twee koppen op en laat deze beoordelen door een ander. Meeste stemmen gelden!

Let tijdens het lezen van magazines of online media eens op de koppen van artikelen die je aandacht trekken. Ben je inspiratieloos dan helpt het om eens door een magazine of folder te bladeren.



4. Schrijf een prikkelende inleiding

Vaak wordt de inleiding gebruikt om lekker op gang te komen. Prima, maar vraag jezelf bij een inleiding af: wat voegt er niets toe en haal dat weg. Laat alleen de tekst die er echt toe doet staan. De inleiding is bedoeld om de lezer te trekken. Het is de rode draad voor de rest van het artikel. Maak nieuwsgierig. Geef de lezer vlees geen wol, oftewel noem meteen het probleem of de uitdaging, zonder uit te wijden.

5. Gebruik tussenkopjes

Zeker online is het aan te raden ruim gebruik te maken van tussenkopjes. De lezer wil scannend lezen. Tussenkopjes zijn ankers die houvast geven aan je ogen. Let op: je tussenkoppen dienen te slaan op de alinea eronder en dienen te prikkelen om door te lezen.

6. Gebruik korte alinea's

Werk na iedere tussenkop met een stuk tekst - een alinea - van maximaal 6-7 zinnen. Ook hiermee geef je de lezer de mogelijkheid te screenen en net datgene te lezen wat hem/haar aanspreekt.

7. Gebruik opsommingen

Ga niet meteen overdrijven, maar gebruik af en toe eens een opsomming. Dit leest prettiger en bevordert ook weer het scannen. Op het doorspitten van lappen tekst zit geen enkele lezer op te wachten.

8. Maak gebruik van spreektaal

Vermijd moeilijke schrijftaal. Spreek hardop uit wat je wilt vertellen in je blog. Precies zoals je de materie aan een klant mondeling zou uitleggen. Zet dat wat je vertelt op papier. Zorg dat het begrijpbaar is voor iedereen. Je doel is niet te imponeren, maar te informeren. Gebruik tot de verbeelding sprekende - ietwat spannende - praktijkvoorbeelden. Houd je zinnen kort en schrijf actief, bijvoorbeeld: 'Je bent hiermee in staat om in de praktijk zelf te kiezen om' wordt 'Je kiest zelf. Vermijd moeilijke woorden, probeer eens de meest eenvoudige woorden te gebruiken. Haal nadat je de tekst geschreven hebt al het overbodige weg. Kale tekst komt harder binnen dan die met het versterkende woord (hoe mooi dat soms ook op papier staat). Kortom: sloop woorden uit je zinnen.



9. Vermijd afkortingen

Spreekt voor zichzelf.

10. Gebruik synoniemen

Probeer het herhalen van woorden te voorkomen door synoniemen te gebruiken. Behalve bij het kernwoord van je tekst. Bijvoorbeeld het woord ondernemer. Wissel af met het woord zelfstandige. Op [www https://synoniemen.net](https://synoniemen.net) vind je snel synoniemen voor terugkerende woorden in je blog.

11. Houd het kort

Gebruik per blog tussen de 600 en 1000 woorden. Is er over een bepaald onderwerp meer te vertellen? Werk dan met een serie aan blogs, waarbij je het onderwerp in sub onderwerpen onderverdeelt. Link deze dan wel aan elkaar! Een andere optie is om hiervoor een kennisartikel te schrijven. Noem deze dan ook zo: Kennisartikel: naam.

12. Sluit pakkend af

Een blog is geen commercieel stuk dus sluit niet commercieel af: 'neem contact met ons op' is not done. Bloggen is selling without asking. Door te schrijven over de materie word je gezien als expert en weet de doelgroep je wel te vinden. Refereer in de afsluiting nogmaals aan de titel en sluit positief af.

13. Gebruik een afbeelding bij iedere blog

Zorg voor foto's die tot de verbeelding spreken. Koop een set via bijvoorbeeld istock en laat deze per blog bewerken, zodat je een mooie consistente stijl krijgt. Zorg dat je afbeeldingen in een klein formaat upload. Te grote foto's vindt Google verschrikkelijk. Dit heeft direct consequenties voor je ranking.

14. Gebruik links naar andere blogs

Verwerk in je blogs links naar relevante blogs die eerder geplaatst zijn.



15. Voorzie je afbeelding van een alttag (alternatieve tekst)

Vul bij het toevoegen van een afbeelding aan een pagina direct de alternatieve tekst in. Hoe doe je dat? Vraag jezelf af wat - in het geval je de afbeelding moet vervangen door een tekst - je zou schrijven, zodat het dezelfde functie blijft houden. Creëer dus een alttag die de functie/doel van de afbeelding beschrijft. Deze is ook afhankelijk van het zoekwoord dat je op die pagina gebruikt.

16. Hardop oplezen

Klaar? Lees dan het stuk hardop voor aan jezelf en luister waar het stopt.

17. Checken door collega

Laat je stuk lezen door je collega, klant of iemand die verder van de materie afstaat. Vraag de lezer kritisch te zijn.

18. Voorzie je blog van meta title en meta description

Zodra je blog op de website geplaatst wordt is het belangrijk een meta title en description mee te geven. Zo zien online bezoekers in het Google resultatscherm direct waar het stuk over gaat.

19. Delen via social media

Nadat de blog op de website geplaatst is deel je deze via LinkedIn, Twitter en FB. Zorg dat je deze iedere keer voorziet van een korte toelichting (in update). Zorg dat je collega's hetzelfde doen, ook weer voorzien van een persoonlijke note.

20. Zorg voor focus

Schrijven vergt focus. Zet je telefoon op stil en zorg dat je niet wordt afgeleid door social media of collega's. De enige functie van je telefoon tijdens het schrijven is om te dienen als timer. Zet je timer op 45 minuten en stop dan iedere keer. Ga na een korte pauze verder. Oh, en eet kauwgum; dit schijnt bevorderlijk te zijn voor je concentratie!

Succes en vooral veel plezier!

Ine



Hulp nodig? Bel of mail de hulplijn!

ine@strike-a-pose.nl

Tel. 0634735187

www.strike-a-pose.nl