



TAALTIP #2 Commercieel schrijven – Deel II Overtuigen

Vraag: Wanneer overtuigt je commerciële tekst?

Antwoord: Als het de directe voordelen van je product of dienst bevat.

Hoe test je dat? Heel simpel. De lezer vraagt zich altijd af 'what's in it for me?'. Dus doe net alsof je je klant bent en lees je tekst. Vraag je je aan het einde af 'Nou en'? Dan heb je in je tekst de voordelen niet duidelijk gemaakt. En dus haakt je lezer af.

Wat is een direct voordeel?

Het gaat specifiek om het directe voordeel. Dit is het voordeel waar de klant echt naar op zoek is. Zolang jij argumenten noemt waarbij hij denkt 'Nou en?', moet jij verder zoeken. Kortom, je moet goed weten wat de klant wil en hoe jij hem daarbij kan helpen.

Schrijf niet wat je wilt vertellen, maar schrijf wat je klant wilt horen.

Je weet te veel

Het grote probleem is dat je zelf teveel weet. Daardoor ga je er te vaak vanuit dat de klant wel weet wat de voordelen zijn. Houd dit in je achterhoofd: 'aannames zijn dodelijk'. Denk dus niet dat de klant het wel weet. Nee, jij gaat hem vertellen wat hij wil horen.

Het beste is om iemand anders de tekst te laten schrijven, 'een onbeschreven blad': de tekstschrijver. Hij/zij kan de productvoordelen vertalen in klantvoordelen.

Laatste tip

De lezer van de brief is niet altijd diegene die ook de beslissing neemt. Maak het de lezer daarom makkelijk en geef argumenten waarmee hij de beslisser kan overtuigen.

