

Alles wat je wilt weten over bloggen

3 van de beste achtergrondverhalen

Door Yoeke Nagel



Een goed blog valt op

De oprechte polderblog

Lekker bloggen? De American Way is groter, succesvoller, beter en zakelijker. Dat pakt bij nuchtere Hollanders niet altijd goed uit. Moet dat nou, dat gedoe van ‘*name your success*’? Nee dus. Tien tips voor de oprechte polderblogger die gewoon een goed product of een mooie dienst aanbiedt:

- 1- Zet het **belangrijkste bovenaan**. Laat mij je blog schrijven.
- 2- Maak **lijstjes**. Top tien. Vijf tips. Twaalf feiten. Hapklare leeswerk.
- 3- Houd het **kort**. 250 woorden. Breek je blog anders in wekelijkse stukjes.
- 4- **Dring je product of dienst niet op**. Noem het. Je klant kiest graag in vrijheid.
- 5- **Relativeer** (*oeps, sorry voor punt 1*).
- 6- Geef ruimte. **Witregels** nodigen uit tot lezen. Lappen tekst niet.
- 7- Zoek onweerstaanbare **plaatjes**. Beeld wordt makkelijk onthouden.
- 8- Maak spannende **tussenkopjes** en gebruik ‘bold’ voor **accenten**. Niet te creatief worden: het moet begrijpelijk blijven voor je lezer.
- 9- **Zeg wat je wilt**. Mail me. Schrijf je in. Stort je geld. Haal die bak koffie.
- 10- Overschreeuw jezelf niet met holle marketingtermen. Je **eigen stijl** is goed genoeg. En oprechter.

En natuurlijk: zorg dat de techniek in orde is. Links moeten werken. Filmpjes afspelbaar zijn. Je aanmeldingsformulier moet bij jou terecht komen, ingevuld en wel. Die Ideal-knop moet ook echt geld opleveren.

-Laat de techniek even in orde maken door een [vakman \(m/v\)](#).

-Als je ook de woorden laat kiezen door een [professional](#) heb jij zelf lekker je handen vrij voor het werk dat jij het liefste doet. En het beste.

Download hier de drie beste artikelen over goed en effectief bloggen.

Goed en effectief bloggen

Verleid je klanten met je woorden



Met een blog verleid je je lezer tot meer...

Een blog is een etalage waarin je je kwaliteiten en inzichten laat flonkeren. Een uithangbord voor je bedrijf dat 24/7 in neonletters knippert. Maar het is ook het toevallige gesprek aan de bar waardoor iemand in een opwelling besluit om jou in te schakelen. Hoe schrijf je een goed blog?

Prik dat oog aan een uitsteeksel

Met een blog houd je je omgeving op de hoogte van... tja, van alles eigenlijk. Als je een bedrijf hebt laat je je lezers weten hoe jij hun problemen kunt oplossen. Mochten ze je nodig hebben, dan weten ze je te vinden.

Door regelmatig te bloggen laat je ze ook zien wat voor mens je bent. Omdat samenwerking vooral soepel loopt als er een klik is. Voelen je lezers die klik, door hoe je schrijft en wat je schrijft, dan volgt uiteindelijk ook die click waarmee ze contact zoeken met je, via je antwoordformulier, telefoon of mailadres.

Nou ja. Als het goed gaat, tenminste. Waarbij je er even rekening mee kunt houden dat slechts 16% van je bezoekers je hele blog lezen. De rest holt er eventjes langs en leest alleen de alinea's of kopjes waar toevallig het oog op valt.

De kunst is dus om zoveel mogelijk uitsteeksel in je blog te schrijven, zodat er ogen op vallen. Daar kun je tussenkopjes voor gebruiken, woorden in bold zetten of intrigerende fotobijschriften bedenken.

Ja, wat een misser hè?

Welke blogs lees je zelf? Wat vind je er interessant aan? Welke sla je over? Maak eens een lijstje met aantrekkelijke punten van jouw favoriete blogs. Natuurlijk is het onderwerp van de blog entries belangrijk. Maar over elk denkbaar onderwerp wordt dagelijks door een paar duizend mensen geschreven. Je leest het blog dat bij je aansluit door de aanpak, de sfeer van de mens die je kunt zien tussen de regels door. Als je zelf gaat bloggen is het dus belangrijk om daar oprecht in te zijn. Zo onderscheid je je van alle andere bloggers. Maak je blog niet te zakelijk, te gelikt, maar laat zien wie jij bent. Noem bijvoorbeeld ook eens een fijne blunder die je hebt gemaakt. Je hoeft echt niet je hele privé leven in je blog te bespreken, maar laat wel weten dat jij je werk met vakkennis, en met hart en ziel uitvoert.

Welk blog?

Als je een blog entry hebt gemaakt, toeter dat dan stevig rond. De mensen moeten weten dat er iets nieuws te zien is voordat ze er naar toe gaan. Twitter er drie maal daags over en vraag om retweets. Zet het op facebook. Geef een samenvatting op LinkedIn. Bel je moeder. Stuur een mailtje naar een dierbare klant om hem te attenderen op je blog en meld daarbij dat je het helemaal niet erg vindt als ie er weer anderen heen stuurt.

En zorg natuurlijk dat je blog deel uitmaakt van je site, of gemakkelijk clickbaar is via je site.

Nog maar een keertje?

Blog regelmatig, maar overdrijf niet. Bloggen omdat het weer dinsdag is holt al snel je inhoud uit tot een verplicht nummertje dat niemand boeit. Er zijn mensen die echt wekelijks 'de geest' krijgen en steeds weer literaire meesterwerkjes produceren. Voor hen is het de uitdaging om niet alleen die kwaliteit hoog te houden maar ook een opbouw in hun blogs te schrijven.

Voor iedereen die gewoon een bedrijf of eigen praktijk onder de aandacht wil brengen per blog geldt: schrijf als je iets te melden hebt. Het is waar dat je schrijfwerk beter wordt als je meer schrijffuren maakt. Maar dat wil niet zeggen dat je dan ook al je schrijfsels maar meteen het net op moet knallen. Sommige stukjes zijn oefeningen om, misschien over twee weken weer, tot een goed blog te komen.

Hoe kom je op ideeën?

- Maak een lijst met alle onderwerpen waar je graag iets meer over zou willen vertellen.
- Deel die op in maximaal vijf thema's.

Bijvoorbeeld:

*Tips (om te laten zien dat jij echt goed bent in je werk)

*Agenda (workshops en lezingen)

*Verhaal uit de praktijk (voor de persoonlijke noot waarbij je toch stiekem laat zien dat jij een probleem hebt opgelost waarmee je lezer misschien nog worstelt).

*Achtergrond (hoe ging dat in de zestiende eeuw, hoe ontstaat dit probleem meestal, of wie was de bedenker van dit spel)

*Puzzel, prijsvraag, poll (manier om reacties los te peuten bij je lezers, zodat je een indruk krijgt van hun belangstelling en kennisniveau. En je hun mailadres hebt zodat je hen ook eens persoonlijk kunt benaderen met een aanbieding).

- Vul je thema's steeds anders in voor de variatie, maar houd vast aan die indeling voor de herkenbaarheid.
- Zorg dat er in elk blog ook iets te zien is. Foto, illustratie, desnoods alleen een spannend grafiekje. Het oog wil ook wat en de geest heeft een beter geheugen voor beeld dan voor woord.

- Stijlvariaties: probeer eens andere schrijfstijlen uit. Maak een kort sprookje van een opgelost probleem. Vertel een mop, geef een recept en, erg belangrijk: tien tips. Hapklare brokjes leesvoer.

- Gebruik het [stijlhandboekje '99 witte kopjes op een tafel – door Yoeke Nagel, uitg. A3boeken](#) – om op nieuwe ideeën te komen voor schrijfvariaties.

Vijf internationale blogtips



De 5 slimste blogtips (plus een gratis)

Bloggen is schrijven om gezien te worden. Dat valt niet mee tussen 33 miljoen andere blogs. Deze vijf tips worden over de hele wereld gebruikt om beter te bloggen.

Tip 1

Weet wie je lezer is.

Als je een beeld hebt van de mensen die jouw blog lezen, kun je gemakkelijk aansluiten bij hun belevingswereld. Jij bent de specialist op jouw terrein. Daarom moet je onderzoeken wat je lezer daar al over

weet en vooral: wat abracadabra voor 'm is. Houd je teksten simpel genoeg om te volgen, maar laat ook weten dat jij je lezer kunt helpen om iets bij te leren over jouw specialisatie. Daarmee wordt het gemakkelijker voor je lezer om zich te realiseren dat hij zich liever bezig houdt met z'n eigen werk, en het ingewikkelde spul overlaat aan de specialist. Aan jou.

Tip 2

Weet wat je wil, wat je kunt.

Waarin blink jij uit? En wat vind je het leukste om te doen? Zorg dat je blog gaat over de onderwerpen die jou enthousiast maken. Ga dus niet schrijven om mee te doen met een trend als jij die trend saai en oninspirerend vindt. Schrijf je teksten ook in een sfeer en stijl die passen bij jou en je manier van werken. Commerciële tekstschrijvers bakken allemaal hetzelfde brood. Daarmee val je niet op. Met je eigen stijl wel. Bovendien weet je lezer dan echt wat ie kan verwachten van je. Oprecht werk.

Tip 3

Praktisch is beter.

Met welk probleem worstelt je lezer eigenlijk? Zijn er technische hobbels waar hij oplossingen voor moet vinden? Wil hij z'n motivatie onderzoeken? Wat zijn vraag ook is: laat zien dat jij het antwoord kent. Geef tips die hij zelf kan uitvoeren. Geef een voorbeeld van een klant die ook met dit probleem worstelde en vertel hoe jij het oploste. Zonder borstklopperij, want dat irriteert en het wekt misschien verwachtingen die je niet altijd waar kunt of wilt maken.

Tip 4

Verras.

Verras nog eens.

Een blog is een plek waar mensen naar terug willen komen. Als ze er altijd hetzelfde beleven, is daar geen reden toe. Zorg voor afwisselende stijlen, vormen en inhoud van je teksten. Dat is trouwens voor jezelf ook leuker om te doen: je daagt jezelf ermee uit om je specialisme steeds net even anders te beschrijven.

En verras opnieuw.

Tip 5

Zet je deur open (en druk ze de sleutel in handen).

Een goed blog raakt je lezer in het hoofd, omdat je nieuwe kennis en feiten aandraagt. Je raakt ze in het hart, door een emotie op te roepen. Je raakt ze in de buik, door in te spelen op hun eigen ervaringen en over die van jou te vertellen. Als die drie plekken geraakt zijn, komen de voeten in beweging. Jij bepaalt waarheen met wat in marketingtermen 'call to action' wordt genoemd. Maak heel duidelijk wat je lezer moet doen na het lezen van je blog. Wil je cursisten? Koppel een inschrijfformulier aan je blog. Wil je mailadressen verzamelen? Zorg dan dat er een reden en een nadrukkelijke uitnodiging is om je te mailen na het lezen van je blog. Wil je een probleem oplossen? Bied dan tijdelijk korting voor iedereen die je daarover benadert.



GRATIS!

EXTRA tip

Houd het kort. Een blog duurt maximaal 250 woorden. Als je meer wilt zeggen, bind dan een pdf'je aan je blog vast. Zoals dit. Of breek je blog in stukjes.