

BLOGGEN ALS EEN COPYWRITER

EEN STAPPENPLAN VOOR HET
SCHRIJVEN VAN JOUW EERSTE BLOG



[ARIEVOGELAAR.NL](https://arievogelaar.nl)

INLEIDING

Bloggen is een ideale manier om je online doelgroep te bereiken. Door te bloggen word je beter gevonden in Google, laat je zien dat je een autoriteit bent en kun je rekenen op wederkerigheid. Bloggen is, kortom, een goedkope en effectieve marketingtool.

In dit e-boek vind je een stappenplan voor het schrijven van een professioneel blog dat je doelgroep informeert, inspireert en overtuigt om met jouw bedrijf in zee te gaan.

Heb je na het lezen van dit ebook nog vragen? Mail dan gerust naar info@arievogelaar.nl. Of bel/whatsapp naar 0639502588.

Kies een onderwerp

Wees specifiek, maak heldere keuzes en versmal je onderwerp zoveel mogelijk. Vuistregel:

"Door dingen weg te laten, bereik je vaak meer dan door dingen toe te voegen."

Onderzoek de feiten

Zorg dat je alles over je onderwerp weet voordat je erover schrijft. Je kunt je eigen opvattingen niet goed beargumenteren wanneer je niet helder hebt waarom andere opvattingen je niet aanspreken.

Ondersteun je opvatting met feiten

De beste manier om mensen te overtuigen van je gelijk is door je opvattingen met feiten te onderbouwen, niet slechts met onderbuikgevoel.

Dit betekent natuurlijk niet dat je gevoelloos moet schrijven; emoties kunnen een blog maken of breken.

Bedenk een pakkende titel

De titel “Met deze lifehack verdubbel je je productiviteit” zal veel meer lezers trekken dan de titel “Een to-do-lijst helpt je om productiever te zijn”.

Leid de lezer met een creatieve titel naar je blog toe. Pas echter op: de lijn tussen creativiteit en misleiding is dun.

Heb je moeite met het kiezen van een pakkende titel? Schrijf dan eerst je blog en denk er daarna nog eens rustig over na. Wil het nog steeds niet lukken, vraag dan een collega, vriend of partner om inspiratie.

Ken je publiek

Wanneer je over festivals schrijft, zul je een andere stijl moeten hanteren dan wanneer je over politiek schrijft. Ken je publiek en je onderwerp en pas je tone-of-voice daarop aan.

Blijf gefocust

Kies één onderwerp en blijf daarbij. Wanneer je (teveel) zijweges neemt, verliest de lezer zijn focus.

Deel je blog op in drie delen

Een goed blog bestaat altijd uit een inleiding, een betoog en een conclusie.

Inleiding

De inleiding bevat een vraagstuk dat je wilt beantwoorden of een probleem waar je een oplossing voor wilt zoeken. Wat die oplossing is, verklap je echter pas later in je blog.

Wanneer de inleiding aanspreekt, zullen mensen sowieso verder lezen, dus besteed hier veel aandacht aan. Een vraagstuk kan bijvoorbeeld zijn: “Waarom zijn zoveel mensen bang voor de opkomst van robots in de samenleving?”

Betoog

In het betoog leg je het probleem of vraagstuk in meer detail uit aan de lezer. Je komt alvast met mogelijke oplossingen en legt uit waarom datgene wat je beschrijft relevant is.

Bijvoorbeeld: “Mensen zijn bang voor robots omdat ze doemverhalen horen over hoe die hun baan inpikken. Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt echter dat de waarheid een stuk gecompliceerder ligt; met de komst van robots, dienen zich bijvoorbeeld veel nieuwe banen aan in de technieksector.”

Conclusie

In de conclusie kom je tot een oplossing of een antwoord op de probleemstelling die je in de inleiding hebt geïntroduceerd.

Bijvoorbeeld: “Om de opkomst van de robot binnen het juiste perspectief te plaatsen, moet er in het voortgezet onderwijs meer aandacht voor dit thema komen.”

Schrijf met passie en overtuiging

Beargumenteer altijd wat je zegt en doe dat met volle overtuiging. Zonder overtuigingsdrang zet je de lezer niet aan het denken. Gepassioneerde blogs zijn veel aangenamer om te lezen dan passieve, afstandelijke blogs.

Maak gebruik van metaforen

Door het gebruik van metaforen, kun je je opvatting vaak al een stuk duidelijker maken. Soms kun je heel ingewikkelde opvattingen namelijk vertalen naar alledaagse voorbeelden die voor iedereen herkenbaar zijn.

Vergelijk jouw blog-onderwerp bijvoorbeeld met een situatie uit je persoonlijke leven. Schrijf je over het belang van verzekeringen, schrijf dan bijvoorbeeld dat een annuleringsverzekering je veel geld bespaarde toen je ziek werd en je vakantie moest annuleren.

Kom altijd met een oplossing

Wanneer je in je blog een probleem aankaart, zorg dan dat je ook altijd een oplossing hebt; een alternatief voor hoe het beter kan.

Mensen lezen blogs omdat ze inzichten en antwoorden zoeken. Wanneer je die niet geeft, is je blog eigenlijk al mislukt.

Lees je blog hardop aan jezelf voor

Dit is dé manier om inconsistenties in je schrijfstijl te ontdekken. Door je blog hardop aan jezelf voor te lezen, zie je vanzelf welke zinnen niet soepel lopen. Ook zie je veel sneller of je spelfouten hebt gemaakt.

Schrappen, schrappen, schrappen

Voorkom herhalingen en nodeloze uitweidingen.

Wanneer je herleest zul je zien dat sommige delen van je tekst overbodig zijn. Schrap herhalingen en nodeloze uitweidingen.

Een blog met een hoge informatiedichtheid is altijd beter dan een blog die veel woorden maar weinig inhoud bevat. Uitgebreid schrijven is overigens prima, maar voorkom langdradigheid.

Zoek een proeflezer

Vraag een vriend, partner of collega om je blog te lezen en benadruk dat ze nietsontziend en kritisch moeten zijn.

HEB JE HULP NODIG?

Wil jij meer uit je blogs halen? En wil je een professionele contentstrategie ontwikkelen voor je bedrijf? Een adviesgesprek is helemaal gratis, dus voel je vrij om contact op te nemen.



Arie Vogelaar, Freelance Copywriter & Marketeerstrateeg

info@arievogelaar.nl

06 39502588

arievogelaar.nl

ARIE VOGELAAR