

Tips en advies voor commerciële teksten

Alle begin is... makkelijk!

U opent Microsoft Word en binnen een mum van tijd daagt een helderwit computerscherm u uit om aan uw verkoopbrief te beginnen. Voor velen is dat even slikken. Maar de brief moet er komen, dus start u vol goede moed in de hoop dat het allemaal vanzelf goed komt. Vaak is dat zo, maar er kunnen ook exotische resultaten uitkomen. Hoe maakt u het zelf makkelijk en schrijft u een goede eerste alinea voor uw verkoopbrief?

Start met u

Als in uw brief twee keer zoveel u als *wij* staat, kunt u ervan uitgaan dat u klantgericht schrijft. Begin daar meteen mee in uw eerste zin. Dus niet *wij* sturen u deze brief, maar u ontvangt deze brief. Typ als allereerste woord u in en dwing uzelf de zin daarmee af te maken. *U hebt bij ons een hypotheek of U wilt toch ook van uw vrije tijd genieten?*

Start met een vraag

Kan ik u helpen? Of u nu een auto, maatpak of nieuwe pennenset koopt, deze vraag wordt u als eerste gesteld. Een vraag negeren is onbeleefd, dus onze hersens zoeken direct een antwoord. Zo ontstaat interactie en dat is precies wat u wilt bereiken. Ook op papier. Bovendien maakt het stellen van vragen uw tekst levendig en daardoor prettig leesbaar. Het mag best gedurfd, alsof u werkelijk op papier praat: *Hoe gaat het met u?*

Houd het kort en eenvoudig

Een eerste alinea is niet meer dan een inleiding. Volgens de AIDA-formule (attention, interest,

desire, action) die gebruikt wordt voor de opbouw van een brief, moet u met de eerste alinea alleen even opvallen. Pas daarna komt uw aanbod. Houd het dus kort (maxi-

maal 3 regels) en als u moeite heeft met een creatief begin, probeer dan de volgende opbouw aan te houden. Stel een vraag waarin u voorkomt en geef aan dat u de perfecte oplossing of aanbieding heeft. In de tweede alinea start u met wat dat aanbod is.

Verwijder de eerste alinea

Vaak beginnen we in een eerste alinea een beetje voor ons uit te babbelen, waardoor onbewust een

Welke behoefte(n) vult u in?

Voordat u begint met schrijven, is het goed eens na te denken over de wensen en behoeften van uw klanten. Hoe vult uw product of dienst een behoefte in? De psycholoog Abraham Maslow heeft een model ontwikkeld waarin behoeften centraal staat. Is de eerste ingevuld, dan zoekt men automatisch invulling voor de behoefte in het volgende niveau:

- 1 Fysiek: eten, huis, warmte, dus alles wat nodig is om in leven te blijven
- 2 Veiligheid: geen gevaar of dreiging, rust, orde, gezondheid
- 3 Sociaal: het gevoel erbij te horen, geaccepteerd of geliefd zijn
- 4 Waardering: respect krijgen van anderen, status hebben
- 5 Maximale ontplooiing: volledige ontwikkeling van eigen kwaliteiten

De eerste behoefte is voor de meeste Nederlanders gelukkig ingevuld en aan de laatste zijn nog maar weinig mensen toe. Hoe meer u dus inspeelt op de tweede, derde en/of vierde behoefte, hoe groter uw kans op succes. Verkoop u verzekeringen? Dan speelt u in op behoefte 2. Verkoop u een trendy merk kleding? Dan speelt u in op behoefte 3 en/of 4. Denk voordat u uw brief schrijft eens aan welke behoeften u kunt invullen. Dan denkt u automatisch klantgericht en heeft u een prima basis voor een geslaagde actie!

Voorbeelden van eerste alinea's die beter kunnen

"De invoering van de dualisering en de aanpassing van de comptabeleitsvoorschriften vereisen dat aan het aansturen op maatschappelijke effecten en de daarbij behorende beheerprocessen veel aandacht gegeven moet worden."

"Graag een momentje van uw tijd. Uw voordeel: Middels ons product wordt u ondersteund in de creatie van externe correspondentie."

"Wellicht kan deze informatie over mijn vertaalbureau interessant zijn voor uw bedrijf."

"Wij zijn net gestart en zoeken nu natuurlijk nieuwe klanten."

"De sneeuw is alweer verdwenen, de winter en lange donkere dagen zijn voorbij. De geur van lente, velden vol mooie gekleurde bloemen en springende lammetjes in de wei. De lente is begonnen, tijd voor een nieuw begin."

Zou een verkoper zo zijn verkoopverhaal beginnen? Mij bent u snel kwijt! Veel vaktaal, moeilijke woorden en een erg lange openingszin.

Dit is wel erg direct. Maak me eerst nieuwsgierig. Of stel me een vraag? En is de 'creatie van externe correspondentie' niet gewoon het schrijven van brieven?

Dit klinkt erg onzeker. Als u al niet zeker bent dat u meerwaarde biedt, wat moet de klant dan denken?

Dat is natuurlijk erg leuk voor u, maar wat heb ik - de klant - eraan?

Dit kan echt alle kanten nog op, van dekbedden tot slaapmiddelen en strandvakanties. Kortom, kan deze alinea misschien weggelaten worden?

inleiding ontstaat naar de werkelijke inleiding. Verwijder de eerste alinea eens als u klaar bent met uw brief? Het zal u verbazen hoe vaak het voorkomt dat aan de inhoud van uw tekst niets verandert! Het resultaat van deze actie is wel dat uw brief korter en duidelijker wordt.

Jeffrey Rijkhoff
schrijft onder de naam MailPerfect commerciële teksten voor het MKB en voor bedrijven zoals TPG Post, FedEx en de Postbank. In vbT2 geeft hij adviezen waarmee u uw mailings kunt verbeteren. Wilt u uw mailing voor deze rubriek opgeven? E-mail deze dan naar jeffrey@mailperfect.nl.