

# De Kracht van Copywriting



Een gids voor  
jouw website



# Inleiding

Als ondernemer begrijp je vast de essentiële rol die jouw website speelt bij het aantrekken van klanten en het succes van jouw bedrijf.

Een van de meest over het hoofd geziene elementen van een website is echter de **tekstuele inhoud**.

Een goed geschreven tekst is cruciaal voor het creëren van een **positieve ervaring** voor jouw bezoekers, het **vergroten van de conversieratio** en het **stimuleren van het vertrouwen** in jouw bedrijf.

Deze gids is speciaal ontwikkeld om jou als ondernemer te informeren over de **voordelen van goede teksten** op een website en om **praktische tips** te bieden voor het **schrijven van jouw eigen content**.



# Waarom goede teksten belangrijk zijn

## Verhoog je conversie ratio

Goed geschreven teksten helpen bij het **overtuigen** en **inspireren** van jouw bezoekers.

Door middel van heldere en aantrekkelijke taalgebruik kan je jouw doelgroep aanspreken en hen **aanzetten tot actie**, zoals het maken van een aankoop, het invullen van een contactformulier of het inschrijven voor een nieuwsbrief.

## Versterk je merkimago

Sterke copy draagt ook bij aan de branding van jouw bedrijf.

Ze weerspiegelen de waarden, visie en persoonlijkheid van jouw onderneming en versterken daarmee het **imago** en de **geloofwaardigheid** van jouw merk.

## Verbeter je ranking in zoekmachines

Search Engine Optimization (SEO) is tegenwoordig essentieel voor online zichtbaarheid.

Kwalitatieve teksten en met **zorgvuldig gekozen zoekwoorden**, kunnen helpen om jouw website hoger in de zoekresultaten te laten verschijnen.

Dit kan resulteren in meer **organisch verkeer** naar jouw website.



# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Definieer jouw doelgroep

Voordat je begint met schrijven, is het van cruciaal belang om te weten **wie je wil bereiken**.

Identificeer **jouw ideale klant** en probeer je in te leven in hun behoeften, wensen en problemen.

Op basis hiervan kun je **gerichte teksten creëren** die aansluiten bij de doelgroep en hun specifieke taalgebruik begrijpen.

## Houd het eenvoudig en duidelijk

Vermijd jargon en afkortingen die jouw bezoekers niet begrijpen.

Kies voor **eenvoudige taal** en maak gebruik van korte zinnen en alinea's.

Vergeet niet om de **belangrijkste informatie bovenaan te plaatsen**, zodat bezoekers snel kunnen vinden wat ze nodig hebben.

## Wees authentiek

Jouw website moet de **unieke persoonlijkheid en waarden** van jouw bedrijf weergeven.

Schrijf in een stem die consistent is met jouw merkidentiteit en wees **eerlijk en transparant**.

Bezoekers waarderen echtheid en oprechtheid.



# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Vertel een verhaal

Verhalen zijn krachtige instrumenten om de aandacht van lezers te trekken en vast te houden.

Ze creëren een **emotionele connectie** en maken jouw boodschap geloofwaardiger.

Probeer jouw product of dienst te presenteren in de vorm van een verhaal, waarin je de **uitdagingen en voordelen** illustreert die jouw klanten kunnen verwachten.



# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Bepaal voor elke website-pagina 2 à 3 focus-zoekwoorden

Neem bij voorkeur **langere zoekwoorden** i.p.v. korte zoekwoorden, bijvoorbeeld 'schoenen', zijn algemeen en erg competitief, waardoor de kans dat je ervoor zal gevonden worden, praktisch onbestaande is.

Gebruik daarom specifieke, langere zoekwoorden, zoals bijvoorbeeld *'klassieke schoenen met hak'*. Je kan het zoekvolume voor een zoekwoord te weten komen via [Google Trends](#).

Zoek **variaties** van die zoekwoorden Gebruik je zoekwoorden geen 10 keer, dat heet *keyword stuffing* en Google straft het af. Zoek liever wat variaties op je focus-zoekwoorden. Bv. *'klassieke hakschoenen'*, *'klassieke schoenen met hiel'*, *'geklede schoen met hak'*,...

Schrijf je teksten **in functie van de zoekwoorden** en niet omgekeerd.

Zet je belangrijkste zoekwoorden in je hoofdtitels en in de eerste alinea, **bovenaan je pagina's**.



# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Denk goed na over je regionale SEO

Lang niet alle bedrijven willen nationaal of zelfs internationaal vindbaar zijn. Denk daarbij aan vakmensen die opereren in een veel kleiner terrein, zoals een stad of provincie.

Google geeft sowieso al voorrang aan *.be* domeinnamen in de Belgische zoekresultaten. Je kan dit zelf extra in de hand werken door te schrijven over de regio('s) waar je actief bent. Verwerk dus je regio, stad of dorp op een organische manier in jouw teksten.

Ben je in meerdere regio's actief? overweeg dan [lokale landingspagina's](#).



# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Schrijf originele, relevante teksten voor je doelpubliek

De focus van zoekmachines verschuift steeds meer van losse zoekwoorden naar **relevante onderwerpen**.

Het is vooral belangrijk dat je als ondernemer **een goed verhaal vertelt**: Je wil met jouw copy de expertise en betrouwbaarheid van je onderneming duidelijk in de verf zetten.

Omdat zoekmachines steeds slimmer worden, zijn zoekwoorden steeds minder van belang. Google kan namelijk steeds beter zelf de **context van je tekst** interpreteren.

De voornaamste missie van Google is **het beste antwoord tonen** op de vraag van de zoeker. En meestal vind je dat niet in tekst overladen met 20 varianten van hetzelfde zoekwoord.

De beste pagina's gaan dan ook de diepte in. Als tekstschrijver focus je dus liever op een goede tekst die je lezer écht aanspreekt en vooruit helpt.

Het kan dus zeker geen kwaad om, naast je onderzoek naar zoekwoorden ook eens te gaan kijken naar je potentiële klanten: wat zijn hun vragen en noden? En hoe kan jij daar op je website aan tegemoet komen?





# Tips voor het schrijven van goede teksten

Schrijf genoeg, maar denk eraan: 'overdaad schaadt'

Schrijf **minimum 300 woorden per pagina**, maar overdrijf niet. Websitebezoekers hebben een erg korte aandachtsspanne. Schrijf daarom informatief, wervend, maar vooral: efficiënt.

Je tekst moet **kort, duidelijk en nuttig** zijn. Je bezoeker moet de boodschap begrijpen zonder al te veel denkwerk.

Dit geldt niet alleen voor wat je schrijft maar ook voor **hoe je het schrijft**.

Gebruik daarom steeds een combinatie van (je eigen) spreek- en schrijftaal. Het doel is hier de lezer het gevoel te geven dat hij of zij omgaat met **een echt persoon**.



# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Bepaal je tone of voice en wees hier consistent in

Een belangrijk onderdeel hiervan is de “**tone of voice**”. Dit kan formeel of informeel zijn. Speels of zakelijk. Al deze stijlen zijn prima, je moet ze enkel consistent toepassen.

Je “tone of voice” moet passen bij wat je uitstraalt of waarvoor je staat. Ben je hier inconsistent in, dan wek je wantrouwen bij je lezer.

De grootste zonde tegen deze regel is het gemengde gebruik van je/jouw met u/uw. Beide opties zijn prima maar het is belangrijk dat je één van beide kiest en dit **consistent toepast**.



# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Kijk uit voor taal- en spelfouten

Informeel schrijven wil niet zeggen dat je laks kan omspringen met de correctheid van je taal. Bezoekers ervaren dit namelijk als storend en het doet af aan je geloofwaardigheid.

Vermijd dus zeker onderstaande fouten:

- dt-fouten, typfouten, spelfouten
- grammaticale fouten (de/het, ons/onze, ...)
- slechte of overbodige vertalingen
- gemengde aanspreekvorm (je/u),
- tussentaal of dialect (camion, dat noemt x)
- te veel of te weinig spaties
- verkeerd gebruik van hoofdletters

Geen taalheld? Via onderstaande websites kan je je kennis snel en makkelijk bijschaven:

- Het online broertje van [Het Groene Boekje](#)
- De website van [Taalunie](#)
- Taaladvies van [Onze Taal](#)



# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Hou rekening met hiërarchie: Breng structuur aan

Werk met alinea's, titels en tussentitels. Denk aan je zoekwoorden! Werk van algemeen naar specifiek (van boven naar onder).

HIER KOMT EEN TITEL

## Hier komt een titel

### Hier komt een titel

#### Hier komt een titel

##### Hier komt een titel

Lorem ipsum **dolor** sit amet, consectetur adipiscing elit. Sic enim censent, oportunitatis esse beate vivere. Quo studio Aristophanem putamus aetatem in litteris duxisse? Negare non possum. De illis, cum volumus. Inde igitur, inquit, ordiendum est.

Ille enim occurrentia nescio **quae comminiscetur**. At multis se probavit. Duo Reges: constructio interrete. Nihil enim iam habes, quod ad corpus referas; Pauca mutat vel plura sane.

Primary

Secondary



# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Verwerk interne links binnen je teksten

Interne links zijn links die een bezoeker **naar een andere pagina sturen op je website.**

Door op elke pagina naar andere pagina's te linken, ontstaat er een verbidingsnetwerk, waardoor zowel de zoekrobots van Google als je bezoekers makkelijk tussen al je pagina's kunnen navigeren.



# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Gebruik specifieke Call to Actions

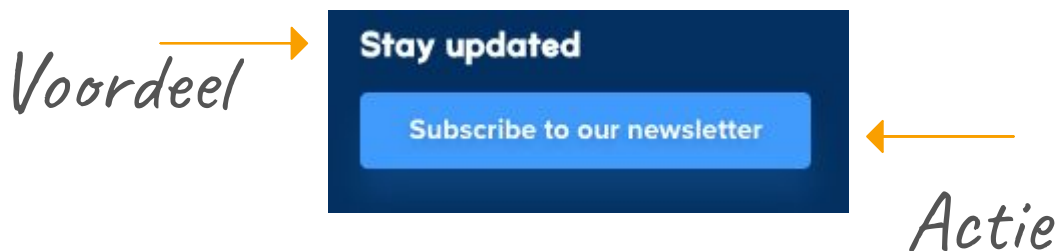
Call to Actions sporen website-bezoekers aan tot het **ondernemen van een bepaalde actie**, zoals: telefoneren, een formulier invullen, naar je winkel komen, ...

Deze tekst goed formuleren verduidelijkt de actie voor de bezoeker.

Schrijf originele call to actions die **inspelen op het probleem** dat je doelpubliek heeft.

Bijvoorbeeld: *'Stijlvol op elk moment. Kom langs in onze winkel voor professioneel schoenadvies.'*

Call to Actions kunnen voor de lezer ook verduidelijken wat de **voordelen** voor hen zijn als ze deze actie ondernemen.





# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Verlies je microcopy niet uit het oog

Microcopy is **korte tekst** die terugkomt

- op tekst
- op buttons
- in formulieren
- in tooltips
- op foutmeldingen en 404-pagina's
- in pop-ups
- in CTA's

Microcopy bepaald mee de *user experience* (= gebruikersgemak van je bezoekers) en kan de bezoeker sturen in de richting die jij wil.

Pas deze tips dus zéker ook toe op je microcopy!



# Tips voor het schrijven van goede teksten

## Denk ook na over je alt-tags en afbeeldingen

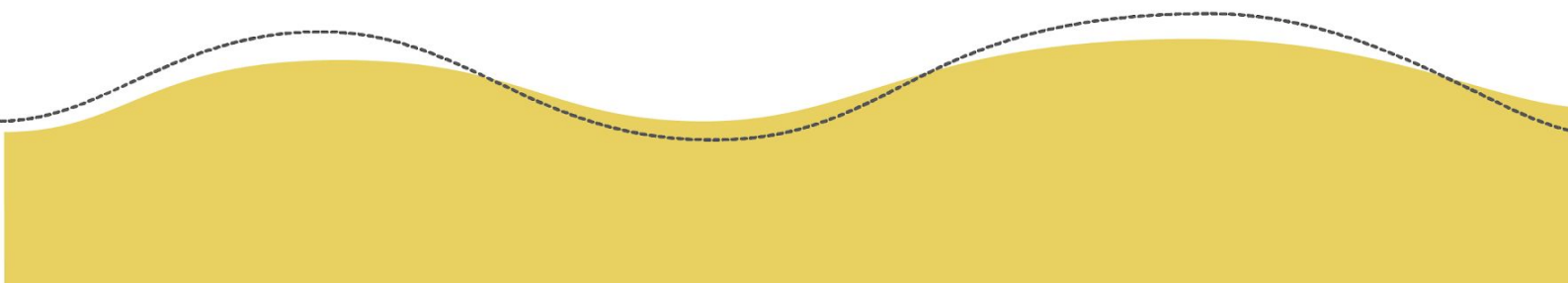
Alt-tags en afbeeldingen spelen een ook een belangrijke rol in het verbeteren van de **gebruikerservaring** en de **vindbaarheid** van je website.

Alt-tags, of alternatieve tekst, voorzien niet alleen mensen met visuele beperkingen van een beschrijving van de afbeelding, maar dienen ook als metadata voor zoekmachines.

Door relevante zoekwoorden op te nemen in je alt-tags, help je zoekmachines beter te begrijpen waar je website over gaat en vergroot je de kans op een hogere ranking in de zoekresultaten.

Daarnaast is het gebruik van kwalitatieve afbeeldingen die aansluiten bij de inhoud van je website belangrijk voor het visuele aspect en de algemene uitstraling van je online aanwezigheid.

Denk dus niet alleen aan de woorden die je gebruikt, maar ook aan de beelden die je wil tonen..







# De waarde van professionele copywriting

Hoewel het schrijven van teksten zelf haalbaar is als je een vlotte pen hebt, kan het inschakelen van een professionele copywriter enkele **belangrijke voordelen** bieden.

## Expertise en ervaring

Copywriters hebben specifieke vaardigheden en ervaring op het gebied van het creëren van **overtuigende en effectieve** teksten.

Ze begrijpen de **psychologie achter consumentengedrag** en zijn in staat om jouw boodschap op een manier te formuleren die direct resoneert met jouw doelgroep.

Daarnaast zijn ze **volledig technisch onderlegd** en weten ze als geen ander hoe je alt-tags, micro copy, CTAs en keywords verwerkt in een **vlotte tekst**.

## Bespaar tijd en energie

Als ondernemer zijn er al genoeg taken die jouw aandacht vragen. **Ook jouw tijd is geld waard**. Het is dus waardevol om na te denken hoe je deze best investeert.

Door deze te investeren in je eigen sterktes en het **schrijven van je teksten te delegeren** aan een professional haal je het beste uit je investering.

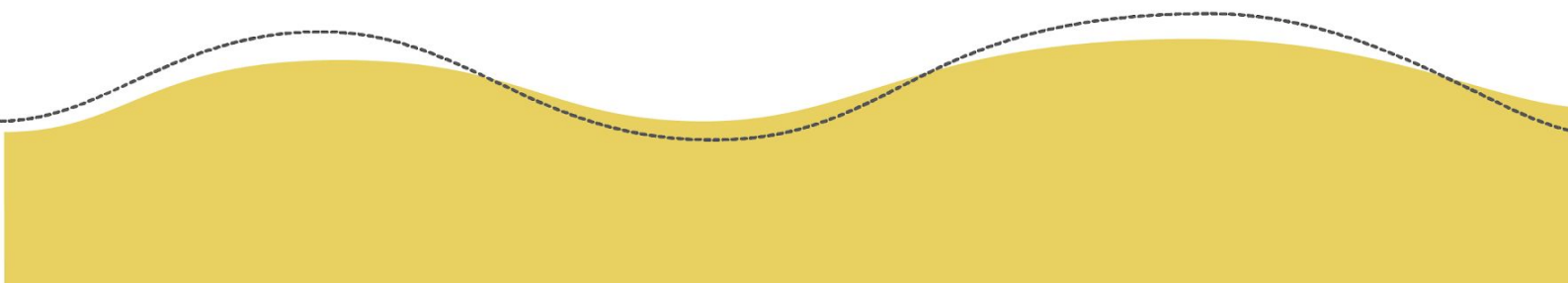


# De waarde van professionele copywriting

## Een competitief voordeel

Professionele copywriting kan jouw website helpen **onderscheiden van de concurrentie**.

Met goed geschreven teksten kun je de **aandacht trekken**, **vertrouwen opbouwen** en jouw merk positioneren als een **autoriteit** in je branche.





# Conclusie

Het belang van goede teksten op een website kan niet worden onderschat.

Ze creëren een **positieve gebruikerservaring**, **vergroten de conversieratio** en **versterken het merkimago**.

Deze gids heeft jou **praktische tips gegeven** om zelf effectieve teksten te schrijven en illustreert tegelijkertijd **de waarde van professionele copywriting**.

Door gebruik te maken van onze copywriting services kun je de **kwaliteit** en **impact** van jouw website aanzienlijk verbeteren.

Investeer in **kwalitatieve content** en zie hoe jouw bedrijf floreert in de online wereld.

