

SCHRIJFTIPS VOOR ONDERNEMERS: WERKBOEK



JOUW
BEDRIJFS THEMA
PERFECT ONDER
WOORDEN
GEBRACHT

SCHRIJVEN OVER JE BEDRIJF? WAAROM?

Je steekt veel tijd en aandacht in je bedrijf. Als mensen vragen wat je doet, vertel je daar uren enthousiast over. Helaas zie je hun ogen glazig worden als je over de innovaties begint: ze snappen er niks van. Toch vind je het belangrijk dat jouw boodschap wordt begrepen. Nog niet eens zo zeer om te verkopen, maar omdat het belangrijk is of de ander er iets aan heeft. Deze schrijftips voor ondernemers maken dat makkelijker.

Auteur van deze tips, Esther van der Ham, heeft veel ervaring met het verwoorden van (technische) bedrijfsthema's. Door haar onderwijservaring in het HBO heeft ze veel didactische kennis. Esther is auteur van psychologische romans en vele kinderboeken. Esther is sinds 2011 uitgever bij Droomvallei uitgeerij.

Meer over Esther lees je op www.esthervanderham.nl





TIP 1: DE DOELGROEP

Voor wie schrijf jij je tekst? En wat is de achtergrond van je lezer? Pas je tekst daarop aan.

VOOR WIE?

Klanten

Medewerkers

Potentiële klanten die
mijn bedrijf nog niet
kennen

Relaties

Bestuurders

WAAROM?

Kennis delen

informereren

reclame maken

meer bekendheid

krijgen

Uitleg geven

uniek cadeau

binding van de

medewerkers aan mijn
bedrijf



VOOR WIE
GA IK SCHRIJVEN?

WAAROM?



TIP 2: DE TOON

Heb je de doelgroep van je tekst bepaald? Denk dan eens na over de toon van je tekst. Kies je voor je of u? En waarom?

DE TOON

De toon is afhankelijk van de doelgroep. Je medewerkers kan je makkelijker losjes aanspreken dan (potentiële) klanten. Natuurlijk kan je een zakelijke tekst maken, maar probeer ook eens iets anders. Verras met een detective of thriller met je bedrijf in de hoofdrol.

Wie wordt de hoofdpersoon van je boek? Schrijf je het vanuit de ik of vanuit de hij/zij?



DE TOON

Hoe wil je je lezer aanspreken?

Waarom?

Wie wordt de hoofdpersoon in je boek of verhaal?

Wordt het verhaal vanuit de ik of de hij/zij verteld?



TIP 3: VOORONDERZOEK

Zorg dat je weet waarover je schrijft. Doe vooronderzoek. Maak foto's en verzamel (technische) informatie.

VOORONDERZOEK

Waar speelt jouw verhaal zich af?

Beschrijf dit vooraf zo nauwkeurig mogelijk.

Wat hoor, ruik, zie, voel je als je om je heen kijkt?

Wat hangt er aan de muur?

Hoe ziet het meubilair eruit?

Wie lopen er rond?

Welke gesprekken worden er gevoerd?

Welk (technisch) proces wil je beschreven hebben in je boek?



VOORONDERZOEK

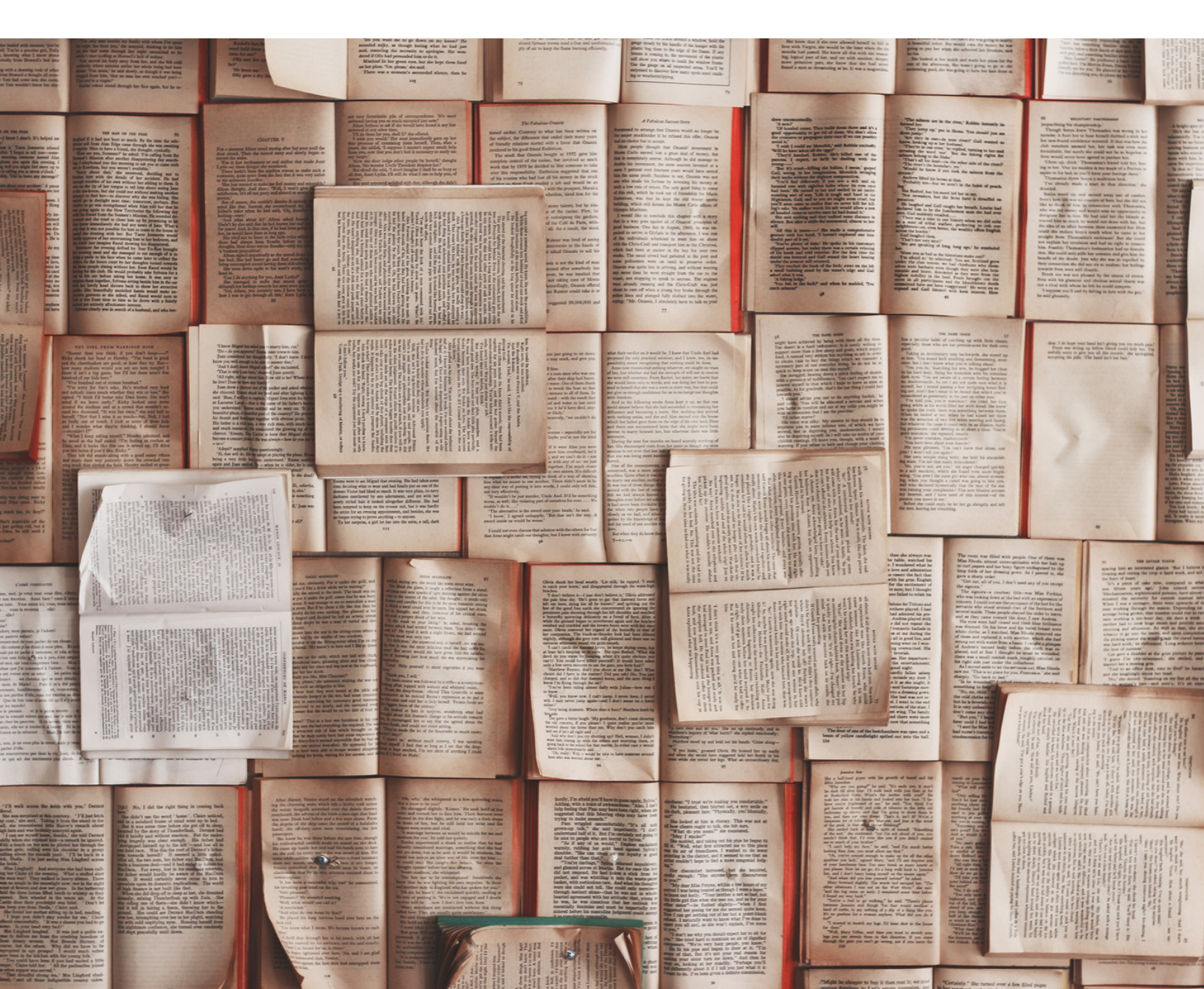
Beschrijving van de locatie. Tip: let op de details!



VOORONDERZOEK

Gesprekken die gevoerd worden op de locatie.





TIP 4: WAT IS ER NODIG?

Maak een plan. Wat is er nodig om
jouw bedrijf in het zonnetje te
zetten? Een artikel in de
nieuwsbrief? Of meer?

Tien schrijfts voor ondernemers. www.esthervanderham.nl

PLAN

Wat wil je met je verhaal
of boek bereiken?

Dat mensen meer over jou
en je bedrijf te weten
komen?

Iets duidelijk maken over
de technische
bedrijfsprocessen?

Wil je iets van de
geschiedenis van je bedrijf
aan de lezer vertellen?

Maak je een jubileumboek
met de grootste successen
van de afgelopen tijd?

Welke zijn dat dan?



PLAN

Dit moet zeker in mijn boek komen (leg dit op een centrale plaats neer en vul het gedurende een week aan).





TIP 5: WAAR WORDT JOUW TEKST GELEZEN?

Onder werktijd? Of juist ter ontspanning op het strand of bij een haardvuur? Pas de toon van jouw tekst daarop aan.

WAAR WORDT JOUW TEKST GELEZEN?

Natuurlijk kan je insteken op een zakelijke, technische publicatie om jouw boodschap uit te dragen. Maar misschien is het veel effectiever om je boodschap te verpakken in een wat luchtiger sausje om zo nog meer mensen te bereiken. Hoe kan je jouw boodschap (duurzaamheid, samenwerken, kansen voor ondernemers enz)



IDEEN OM MIJN TEKST ZO TE SCHRIJVEN DAT HET VOOR EEN BREED PUBLIEK BESCHIKBAAR IS





TIP 6: VORM VAN DE TEKST?

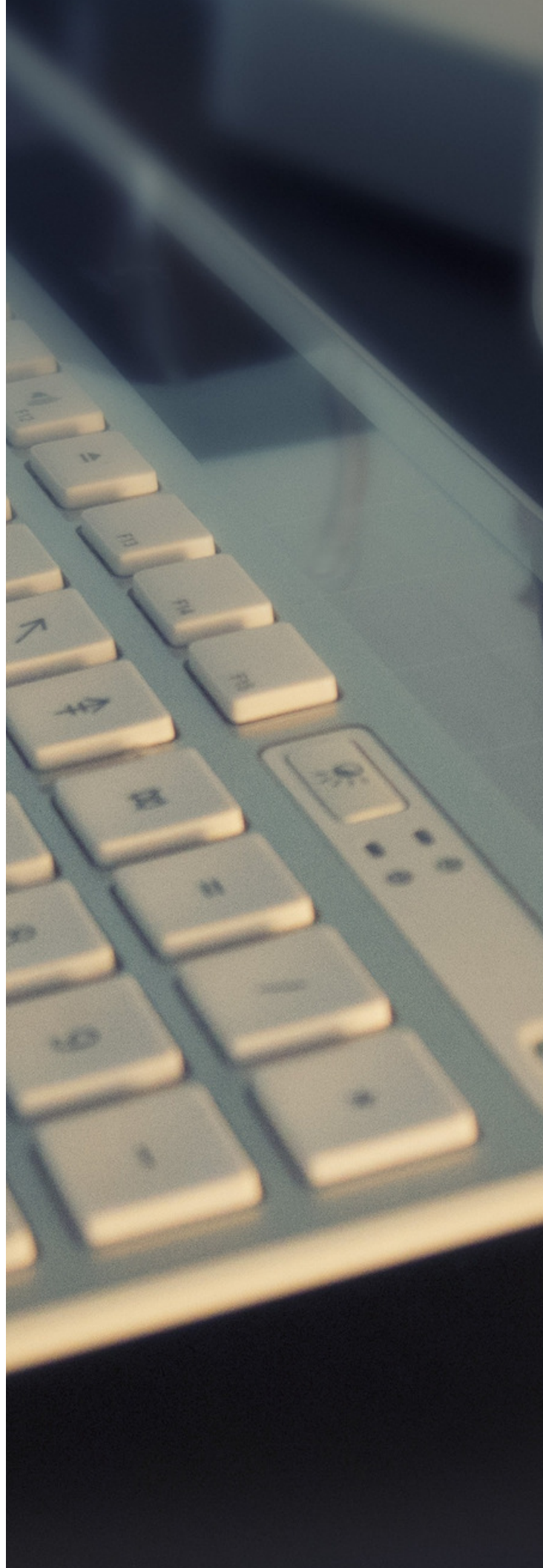
Komt jouw tekst op een website? In een blog? In een tijdschrift, nieuwsbrief of boek? Pas het aantal woorden daarop aan.

VORM VAN DE TEKST

Een blog heeft tussen de 300 en 600 woorden. Wees dus kernachtig en zorg dat je boodschap goed verwoordt wordt.

Een tekst in een nieuwsbrief kan wat langer zijn. Een vervolgverhaal/tekst is ook een optie.

Een boek heeft zin als het minimaal 50 bladzijden heeft, 20000 woorden voor volwassenen, 6000 voor kinderen.



VOOR- EN NADELEN VAN VERSCHILLENDE TEKSTEN VOOR MIJN BOODSCHAP:

Pepi - de avonturen van een vlinder die eigenlijk een clubsandwich is

En je dat gevoel dat je trek hebt in iets lekkers, maar niet kunt kiezen? Dat noem ik het clubsandwichgevoel.

Een beetje brood, een beetje kaas, een beetje spek... maar ook ei, sla, mayonaise en ketchup. Met een beetje geluk krijg je er ook nog frietjes bij.

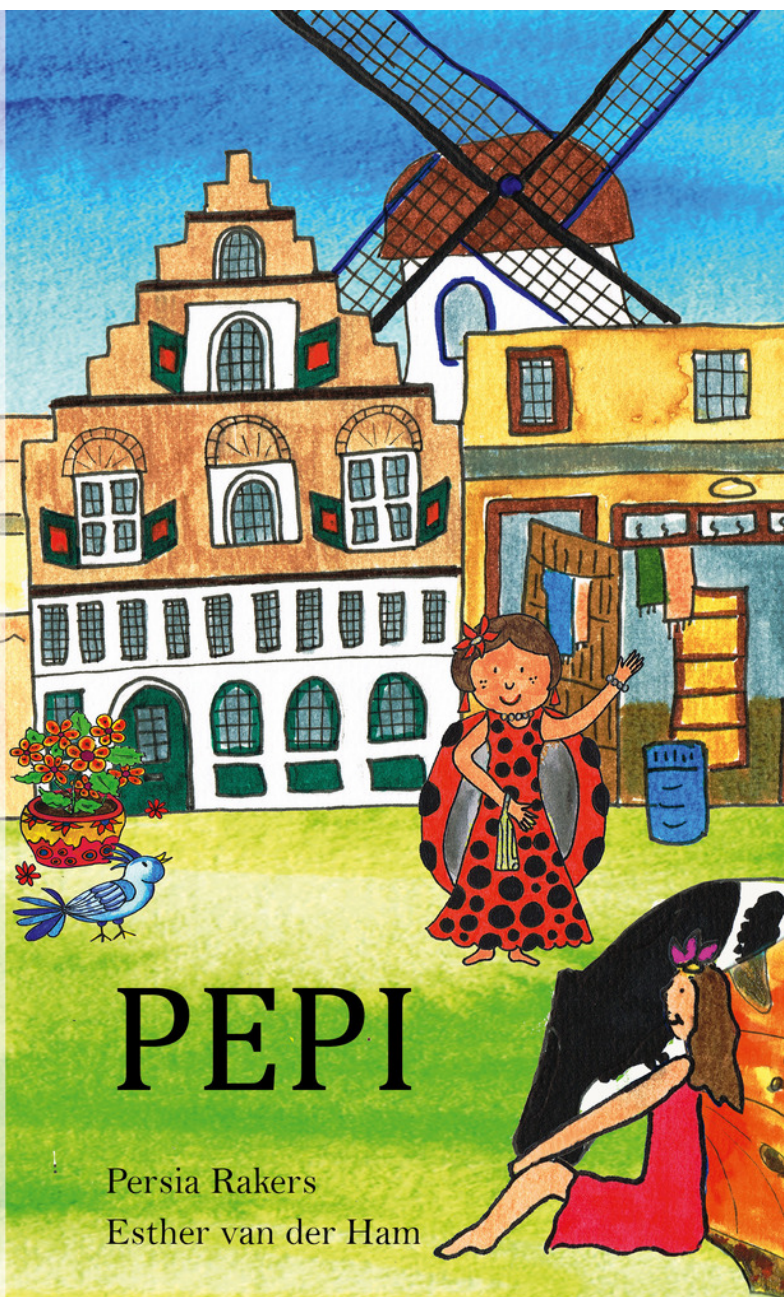
Ik ben ik nou ook. Als een clubsandwich. Een beetje Oosters en een beetje Westers. Ik kan nooit kiezen wie ik echt ben, want ik ben het allebei. Net te veel Oosters om het Westen echt te begrijpen, maar ook net te veel Westers om het Oosten echt te begrijpen. In het Westen noemen ze dat een halfbloedje, maar in het Oosten noemen ze mij juist een dubbelbloed. Half of dubbel, uiteindelijk ben ik gewoon ik.

vroeger was het fijn om een clubsandwich te zijn. In het Oosten vonden ze mij bijzonder. In het Westen noemden ze mij exotisch. Waar ik ook kwam en wie ik ook ontmoette, ik voelde mij speciaal. Nu weet ik niet meer zeker of het Oosten en het Westen wel van een clubsandwich houden. Ik moet vaak kiezen. Kiezen tussen een plakje kaas of een eitje. Een beetje van alles mag niet meer. Maar hoe kan ik nu kiezen als ik allebei ben?

Dit boek vertelt je over mijn avonturen in het Oosten en mijn reis naar het Westen.



Persia Rakers - Pepi, de avonturen van een vlinder die eigenlijk een clubsandwich is



TIP 7: ILLUSTRATIES NODIG?

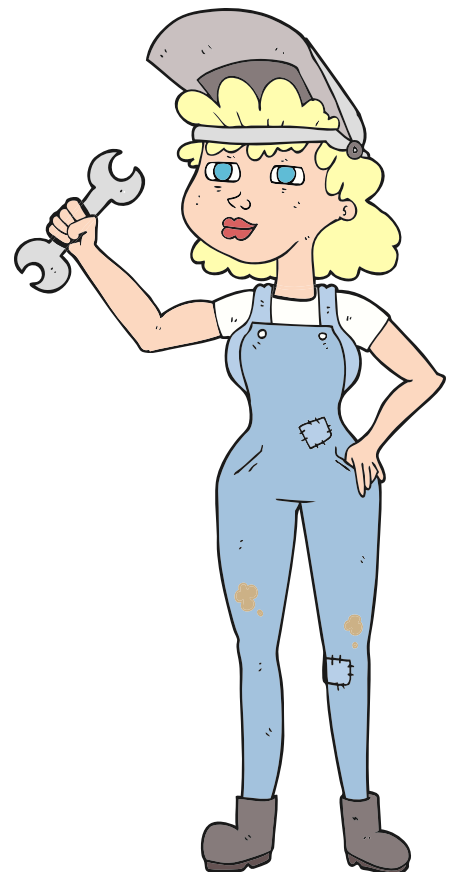
Heeft de tekst ondersteuning van illustraties nodig? Bepaal welke en wie die kan maken.

ILLUSTRATIES OF FOTO'S



Illustraties of foto's kunnen een positieve bijdrage leveren aan het bekijken en begrijpen van de boodschap of het bedrijfsproces. Bepaal het kostenplaatje voor dit onderdeel. Als je foto's gebruikt, zorg dan dat de daarvoor de rechten hebt. Misschien werkt er wel iemand bij het bedrijf die mooie foto's of illustraties kan en wil maken. Vergelijk de verschillende stijlen en maak een keuze.

Let op: deze keuze is afhankelijk van de doelgroep en het doel van het boek.



NODIG: FOTO'S / ILLUSTRATIES / NIKS

Mogelijkheden binnen het bedrijf

Buiten het bedrijf

Geschikte fotograaf

Geschikte illustrator



TIP 8: HOOFDROLSPELERS

Baseer de tekst over jouw bedrijf op daadwerkelijk bestaande personen en situaties. Daarmee gaat het echt leven. De keuze voor de hoofdpersoon is afhankelijk van de doelgroep.

DE HOOFDROL IN JOUW VERHAAL

Naam:

Leeftijd:

Kleur ogen:

Kleur haar:

Kapsel:

Favoriete drankje:

Favoriete eten:

Werk:

Relatie:

Broers/zussen:

Hobby's:

Favoriete boek:

Enz:





TIP 9: BEDRIJFSBOEK ALS GESCHENK

Geef het boek over jouw bedrijf
cadeau aan relaties of je
medewerkers.



TIP 10: OUD OF JONG?

Laat je bedrijf terugkomen in een verhaal voor de jeugd. Het wekt hun interesse en leert op een speelse manier meer over ingewikkelde onderwerpen.



MOEILIJK? EN WIL JE HET TOCH?

Vind je het schrijven van een verhaal of boek over jouw bedrijf moeilijk? Dat kan. Schakel dan hulp in. Zelf heb ik al veel boeken op maat gemaakt, zoals het technische sprookje 'dorp in het donker' over Smart Energy. Dus ik help je graag. Voor een non-fictieboek kan schrijfcoach Jolanda Pikkaart ondersteuning bieden. Met haar maakte ik de boekplanner. En zo zijn er nog veel meer mogelijkheden.

Tien schrijftips voor ondernemers. www.esthervanderham.nl



VRAGEN?

Heb je een vraag over een tekst, verhaal of boek op maat? Mail dan naar mail@esthervanderham.nl of
kijk op
<http://esthervanderham.nl/jouw-boek-op-maat/>
Ik help je graag.

Tien schrijfts voor ondernemers. www.esthervanderham.nl