

Schreeuwen in digitale nieuwsbrief werkt afstotend

Afgelopen weekend genoot ik in het park op een bankje van een schraal voorjaarszonnetje. Op het bankje naast mij zaten een oude man en zijn vrouw. De man was duidelijk hardhorend. De vrouw sprak over ditjes en datjes en koetjes en kalfjes. Elke eerste 2 zinnen van een nieuw gespreksonderwerp zette zij schreeuwend extra kracht bij.

Om er zeker van te zijn dat haar man de boodschap oppikte, ging ze steeds op herhaling: **‘DE KLEINKINDEREN KOMEN DIT WEEKEND. DE KLEINKINDEREN KOMEN DIT WEEKEND.’** Heel het park genoot mee van deze schreeuwerige onderonsjes. Zelf kreeg ik een déjà vu: waar heb ik dit eerder gehoord? Oh ja, het gesprek deed me denken aan de digitale nieuwsbrief van een collega-tekstschrijver.

Communicatie is tweerichtingsverkeer. Het is goed om bij je gesprekspartner te controleren of de boodschap is overgekomen. Kwestie van inlevingsvermogen en goed fatsoen. Op papier en het beeldscherm ontbreekt deze mogelijkheid. Toch is empathie een belangrijk criterium voor een succesvol gesprek in een brief of digitale nieuwsbrief.

Schreeuwerige verkoopbrieven overdrijven in een kakofonie van lettertypes, corpgroottes en kleuren. Wat moet opvallen, gaat kopje onder in een zee van ruis. Niet voor niets verdwijnt het merendeel van deze brieven in de prullenbak of papierversnipperaar. Een goed gesprek is gebaat bij een rustige omgeving. Lang leve de rust dus die ‘wit’ uitstraalt. Kies daarom bewust voor voldoende witruimte, marge en interlinie.

Digitaal communiceren we tegenwoordig meer dan ooit tevoren. We Twitteren, Facebooken, Linkedinnen, bloggen en mailen tot we er bijna bij neer vallen. Van sommige relaties ontvang ik een digitale nieuwsbrief waarvan bij elke nieuwe alinea de eerste 2 regels vetgedrukt zijn.

Deskundigen zeggen dat vetgedrukte woorden en zinnen gemakkelijker scannen. Op het beeldscherm is dat belangrijk, omdat zo’n rechthoekige lichtbak de leesnelheid met wel 30% vertraagt. Sommige, zelfbenoemde SEO-experts nemen dit klakkeloos over of slaan erin door. Laat ik zelf de klepel maar een flinke zet geven. Want sommige deskundigen hebben wel de klok horen luiden, maar weten niet...

Ik snap dat je digitale nieuwsbrief of blog moet opvallen tussen die duizenden prikkels die je dagelijks bewust en onbewust krijgt. Vandaag nog klikte ik via Twitter door naar een artikel van een collega-tekstschrijver. Ze maakte in haar blog een leuke vergelijking tussen SEO en een opgeruimde kledingkast. Nieuwsgierig bezocht ik de site van haar inspiratiebron voor deze vergelijking. De déjà vu op het bankje in het park kwam hier vandaan. Schreeuwen werkt afstotend. Digitaal schreeuwen dus ook.

Al dat vetgedrukte geweld werkt averechts. Van de 600 woorden zijn er 250 vetgedrukt. Moet ik al die vetgedrukte woorden scannen? Dank je de Koekkoek. ‘OPVALLEN KAN OOK ANDERS, BESTE COLLEGA’, hoor ik mezelf met stemverheffing zeggen. Oei, nu verwijt de pot de ketel. Nog een keer

dan: 'Kort is krachtig genoeg op het beeldscherm, lieverd. Als je dat kunstje beheerst, is gespierde taal niet nodig.'

Wil je graag dat (potentiële) klanten en relaties je digitale nieuwsbrief of blog lezen? Voor online teksten heb ik de [hink-stap-sprong](#) 'Boeien – Begrijpen – Beklijven' ontwikkeld. Graag geef ik je 5 tips om te boeien in beeld en tekst. Wil je daar nog meer over weten? Lees dan het blog '[Blogs schrijven: magie van de eerste indruk is betoverend](#)'.

- Gebruik bij blogs en digitale nieuwsbrieven opvallende afbeeldingen als blikvanger
- Prikkel de nieuwsgierigheid met een uitdagende kopregel
- Start met een intrigerende opening die voor herkenning of associatie zorgt
- Gebruik samenvattende tussenkopjes om scannen te vergemakkelijken
- Serveer je blog of digitale nieuwsbrief in korte, hapklare brokken tekst

Heb je hulp nodig bij het schrijven van je blogs of digitale nieuwsbrieven? Met liefde en plezier pas ik de [hink-stap-sprong](#) 'Boeien – Begrijpen – Beklijven' ook toe op jouw blogs en e-mailings. Voor het schrijven van blogs kun je gebruikmaken van een aantrekkelijk [blogabonnement](#). Voorbeelden van [digitale nieuwsbrieven](#) staan op deze website. Interesse? Bel (06) 53 22 60 82 om een afspraak te maken