

Schrijven voor het web: 5 tips

Als hoeveproducent is het belangrijk om ook online gevonden te worden door jouw potentiële klanten. Ga bij jezelf maar eens na: de onderzoeksfase voor jouw aankopen start steeds vaker online. Heel wat collega's in de Korte Keten hebben dan ook de stap gezet om een eigen website of facebookpagina aan te maken.

Bezoekers van een website beoordelen vaak in één oogopslag of de info op hun scherm de moeite waard is. Een duidelijke lay-out en straffe web-teksten zijn dan ook essentieel voor een goede website. Onze ervaring leert dat hoeveproducenten nog te weinig stil staan bij het feit dat web-teksten anders worden gelezen dan teksten op papier. Daarom geven we 5 starttips om jouw online-schrijfstijl te verbeteren:

1. **Val met de deur in huis**
2. **Houd de 'zoekvraag' van jouw bezoeker voor ogen**
3. **Schrijf 'scan-baar'**
4. **Schrijf beknopt, helder en aantrekkelijk**
5. **Gebruik betekenisvolle linkteksten**

1. Val met de deur in huis

Zet de belangrijkste inhoud bovenaan. Wil je vooral informeren of eerder verkopen? Maak het de lezer duidelijk. Een lange inleiding, achtergrondinfo of geschiedenis van jouw bedrijf op de homepagina zijn uit den boze. Om jouw bezoeker te bekoren, val je best onmiddellijk met de deur in huis. Op jou pagina geef je direct aan waar het om gaat: de belangrijkste info én wat men nog meer van jouw pagina mag verwachten.

2. Houd de 'zoekvraag' van jouw bezoeker voor ogen

Bezoeker komen vaak met een concrete 'zoekvraag' op jouw website terecht. Als zij het antwoord niet vinden, is dat negatieve reclame voor jouw bedrijf. Voor het schrijven van een web-tekst verplaats je je dus best in de belevingswereld (emotie) en de informatiebehoefte (ratio) van de doelgroep die je met jouw website beoogd.

Start dus niet vanuit de vraag: *"Welke informatie vind ik belangrijk op mijn website?"*

Maar stel jezelf eerst de vraag: *"Welke informatie zoekt mijn doelgroep op mijn website?"*

Enkele voorbeelden:

- Wat maakt dit productassortiment/bedrijf nu zo uniek?
- Hoe zien de mensen, de boerderij, de dieren ... achter het product er uit?
- Waar vind ik de producten in mijn buurt/hoe passen de openingsuren in mijn agenda?
- Waarom past dit product zo goed bij mijn dieet?
- Hoe hebben lotgenoten deze producten al geëvalueerd?
- ...

Heb je aan de hand van deze vragen een tekst op het scherm gekregen? Sterk! Deze vragen helpen 'm verder perfectioneren:

- Is alle info uit de tekst relevant voor de bezoeker in deze fase van het zoekproces?
- Welke zoekvraag heb ik beantwoord met mijn tekst?
- Heb ik een persoonlijke stijl weten te bewaren?

TIP: Soms zit je als auteur zelf wat te kort op jouw eigen tekst. Dan kan het leerrijk zijn om jouw tekst eens te laten nalezen door mensen uit jouw omgeving die de door jou beoogde doelgroep vertegenwoordigen (bv. "de moeder die zorgt voor de inkomsten", "de hippe foodie", "de bourgondiër", ...).

3. Schrijf 'scan-baar'

Een web-tekst wordt gescand, niet gelezen. Daarbij speuren bezoekers naar trefwoorden die aansluiten bij hun zoekvraag (vergelijkbaar met tussentitels of geaccentueerde uitspraken in de krant). Wie niet snel vindt wat hij of zij zoekt, is ook even snel weer weg. Hou hun aandacht erbij met een 'scan-bare' tekst.

Enkele tips voor een scan-bare tekst:

- Maak korte paragrafen.
- Gebruik goede, inhoudelijke tussentitels in uniforme stijl die zoektermen bevatten
 - Niet: "Algemeen" of "Inleiding".
 - Wel: "Lokaal", "Duurzaam", "Ambacht" ...
- Gebruik opsommingen in de vorm 'bullet lists' of nummers.

4. Schrijf beknopt, helder en aantrekkelijk

- Beknopt schrijven doe je door zo veel mogelijk overbodige zinnen en woorden te schrappen. Splits te lange zinnen.
- Helder schrijven doe je door je zin te beginnen met de kern en te werken met voorbeelden.
- Aantrekkelijk schrijven doe je door teveel gebruik van vaktermen te vermijden. Wil je de lezer toch wat bijleren over de techniciteit in jouw sector? Prikkel dan met een uitdagende vraag en laat hun de volledige, genuanceerde vak-tekst als pdf, downloaden.
- Spreek jouw bezoeker waar mogelijk rechtstreeks aan en laat hem een (klik)-actie ondernemen:
 - Niet: "Op deze website zijn de openingsuren van onze winkel te vinden".
 - Wel: "Ontdek hier voor [de openingsuren van onze winkel](#)".
- Schrijf actief
 - Niet: "Onze opendeurday werd door veel buurtbewoners bezocht."
 - Wel: "Vele buurtbewoners bezochten onze opendeurday."

5. Gebruik betekenisvolle hyperlink-teksten

Het moet visueel duidelijk zijn voor bezoekers waar een link op een webpagina naartoe leidt. Verwijs je in een tekst naar een andere webpagina, doe dat dan met betekenisvolle, informatieve hyperlink-teksten:

- Niet: "Klik [hier](#) voor informatie over onze runderen."
- Wel: "Boer Bert vertelt jou graag meer [over onze runderen](#)."

Honger naar meer?

• Zet een website voor jouw bedrijf op

Via de samen-aankoop "websites" kopen leden van het Steunpunt Korte Keten aan gereduceerd tarief een eigen website. Mail ons op jtorfs@ons.be voor meer informatie over deze samen-aankoop.

• Volg een vorming over online marketing

Het Steunpunt Korte Keten organiseert **vormingen** rond de inzet van social media voor de hoeveerverkoop. Ontdek de [nieuwe lesdata](#) op onze website.

• Ontdek meer algemene tips over schrijven voor het web

Websites als [Schrijf.be](#) of [Inventis](#) publiceren regelmatig tips voor schrijven voor het web. Volg hun blogs voor extra schrijf-inspiratie.

• Krijg tips op maat voor jouw eigen web-teksten

Leden van het Steunpunt Korte keten kunnen kosteloos tips en tricks op maat krijgen. Mail ons jouw specifieke vragen samen met de url van jouw website op bthoelen@ons.be en ontvang ons neutraal eerstelijnsadvies.