

Tekstbureau
Door Lotje
Getikt

**Professionele
bedrijven hebben
een eigen taal.
Voor eenduidige
berichtgeving en
vertrouwen bij
de klant.**

Tekst en content zijn subjectief. Iedereen heeft er een andere kijk op. Toch herken je de taal van een bedrijf soms direct. Zo is Bol.com de winkel van ons allemaal en geeft Coolblue alles voor een glimlach. Dat lees je terug in alles wat zij schrijven. De basis hiervan ligt in goede richtlijnen die zij met hun medewerkers delen.

Wij maken voor jullie ook een unieke handleiding. Hierin nemen we alle basisregels van jouw bedrijfscommunicatie op. Geef het medewerkers mee als leidraad. Zo spatten jouw bedrijfswaarden straks van alle communicatie-uitingen.

Inhoud

IJkpersoon	Stijlgids
Profilering	SEO-checklist
Krakterkaart	Voorbeeldblog

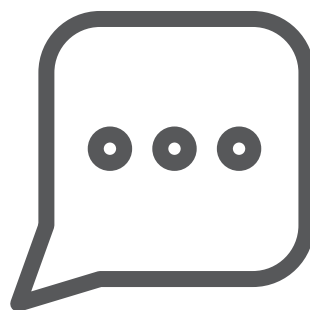
IJkpersoon

Tegen wie praten jullie eigenlijk als bedrijf? Voor veel werknemers is een doelgroep een abstract begrip waar ze zich geen beeld bij kunnen vormen. Een ijkpersoon biedt uitkomst. Wij creëren een zeer specifieke persona die model staat voor jouw doelgroep. Door de gedetailleerde omschrijving zou je zonder moeite een passend cadeau voor deze persoon kunnen kopen, laat staan ze een goed verhaal vertellen. Gebruik de ijkpersoon voor alle externe communicatie.

Profilering

Naast een doelgroep heb je ook persoonlijke normen en waarden.

Een eigen stijl en identiteit. Dit moet terugkomen in tekst en beeld. De profilering die ingaat op het wie en waarom van jullie onderneming.



Karakterkaart

Een karakterkaart is een blauwdruk van de bedrijfswaarden. Hiermee brengen we kort en krachtig in beeld wat jullie onderscheidt van de rest.

SEO Check

Naast onze SEO checklist kun je ieder online artikel leggen om te controleren of deze klaar is voor publicatie. Zo werf je meer bezoekers op goedgekozen woorden.



Blog

Een regelmatig terugkerend blog is een mooi onderdeel van de contentstrategie. Het zorgt voor actualiteit en betere vindbaarheid. Wij schrijven een voorbeeld dat voldoet aan alle SEO-standaarden, conversiegericht geschreven en voorzien van slimme link- en buttons om de doelgroep aan te zetten tot actie.

Stijlgids



Een stijlgids bevat een serie regels voor hoe jullie schrijven. Leer verschillende technieken toepassen zoals het gebruik van kaders en call-to-actions en weet welke woorden inspelen op de emotie van de doelgroep. Je vindt ook gouden tips voor goede teksten en tools om de ijkpersoon bij de kraag te vatten en niet meer los te laten.