

Haal meer uit opsommingen



Haal meer uit opsommingen

Een belangrijk stijlinstrument in je verkooppagina is de opsomming. Vaak zie je die terug in de vorm van bullets. Een verkooppagina zonder bullets is als een fiets zonder wiel: je komt niet vooruit.

In deze bonustraining ontdek je over bullets:

- Hoe je met een paar kleine ingrepen van gewone bullets onweerstaanbare brokjes tekst maakt
- Wanneer je welke tekens voor bullets gebruikt
- Hoe je bullets zó inricht dat je lezer er de belangrijkste informatie uit haalt

Maar niet alle opsommingen zijn in bullets. Ze zijn ook prima toe te passen in lopende teksten, ook op je verkooppagina.

Met een goede opsomming in een lopende tekst, verander je het ritme van je tekst. Je lezer vindt die afwisseling fijn en zal daardoor langer bij je blijven.

En ook hoe je zulke opsommingen maakt, ontdek je in deze bonus. Het zijn de geheimen van de smid.

Opsommingen in soorten (en maten)

Lezers lezen vaak niet: ze scannen. Dat doen ze voornamelijk met commerciële boodschappen en beeldschermteksten. Daarom is het slim om teksten 'scanbaar' te maken. Een handig hulpmiddel daarbij is het gebruik van opsommingen.

Althans: een opsomming met bullets of getallen. Er is nog een andere soort...

Opsommingen met bullets

Zulke opsommingen gebruik je als je voordelen (van voordelen) wilt opsommen. Of de worstelingen en problemen van je lezer. Pas de bullets waar nodig aan naar groene vinkjes of rode kruisjes (vraag je webbouwer hoe je dat doet).

Stapelen

Stapelen is een belangrijke tactiek in het schrijven van verkooppagina's. Je somt op wat er allemaal op en aan je product zit en vertaalt dat naar voordelen voor je lezer.

Opsommingen voor instructies

Een specifiek soort opsomming gebruik je als je een aantal stappen wilt uitleggen. Dat doe je als volgt:

- Maak een plan
- Beschrijf de stappen
- Voer ze uit



Opsommingen in lopende teksten

Deze soort opsomming valt visueel minder op in je teksten. Maar hij is mooi. Krachtig. Je bepaalt er het ritme mee. En je overtuigt.

Zo haal je meer uit bullets

Als je in een lopende tekst een rij bullets opneemt, zijn er een paar dingen om op te letten. Zo is het slim om te kiezen voor een oneven aantal bullets. Niet twee, vier of zes. Wel drie, vijf of zeven.

De magie van 3

In sprookjes zijn altijd drie pogingen nodig voor een betovering is verbroken. De oude Hollandsche Meesters wisten al dat je niet twee of vier, maar drie koeien in het weiland moest posteren. En in de verfilming van The Lord of the Rings zegt Boromir: "My Brother. My Captain. My King."

Op een of andere manier doet het getal drie iets met ons. Als je je vijf bullets tot drie kunt terugbrengen: maak er drie van.



De belangrijkste bullet plaats je boven... en onder

Mensen zijn gekke lezers. Ze zijn snel, lezen half en slordig. In opsommingen spellen ze echt niet al die door jou zorgvuldig uitgekozen woorden.

Wat vaak gebeurt: men leest de eerste bullet. En de laatste. Het is dus slim daar de twee belangrijkste (verkoop)argumenten neer te zetten.

Het belangrijkste vetgedrukt

Worden je zinnen in een opsomming te lang, maak dan de belangrijkste woorden vet. Maak vet wat het je lezer oplevert. Als je drempels en problemen opsomt, maak je de woorden die pijn doen vet.

Compact schrijven

Maak je bullets niet onnodig lang. Het mogen complete zinnen zijn, als je het maar zo bondig mogelijk formuleert. Dat leest veruit het prettigst.

Opsommingen in lopende tekst



In lopende tekst kun je opsommingen gebruiken van woorden, zinsdelen of zelfs zinnen. Van school weet je nog dat je opsommingen met komma's doet, behalve bij het laatste punt. Daar gebruik je 'en'.

- Lezen, schrijven en praten.
- Mooi, krachtig en zacht.
- Zoet, hard en smakelijk.

Maar zo hoeft het niet. Je kunt 'en' ook weglaten:

- Lezen, schrijven, praten.
- Mooi, krachtig, zacht.
- Zoet, hard, smakelijk.

Wil je meer nadruk op het laatste deel van de opsomming? Schrijf het dan zo:

- Lezen. Schrijven. En praten.
- Mooi. Krachtig. En zacht.
- Zoet. Hard. En smakelijk.

En wil je evenveel nadruk op alle delen?

Doe het zo:

- En lezen. En schrijven. En praten.

Verander het ritme van je tekst

Gebruik je opsommingen in een lopende tekst, dan verander je het ritme. Hoe korter de zinnen, hoe sneller het wordt:

- Hoe korter. Hoe sneller. Bam!

Je kunt ook kiezen voor langere zinnen. Dat werkt bijvoorbeeld prettig als je lekker wilt 'uitspinnen' welke voordelen van voordelen je product biedt.

Dat kan heel eenvoudig:

- Ten eerste...
- Ten tweede...
- En tenslotte...

Of op deze manier:

- Je besluit je in te schrijven voor de hardlooptraining. Je bereidt je goed voor zodat je vanaf het begin goed meekomt. Je koopt een nieuwe outfit die soepel om je lijf valt. En je zorgt voor een goede warming-up zodat je niet zomaar geblesseerd raakt.

Opsommingen opbouwen naar climax (of anti-climax)

“My Brother. My Captain. My King.” uit LOTR, bouwt duidelijk op van klein naar groot.

Je kunt ook van groot naar klein:

- Het beste brood van Nederland. Van de stad. Van de straat.

Of de ‘pointe’ tot het einde bewaren:

- Er zijn drie soorten mensen die hardop praten in het openbaar. Verwarde mensen, mensen die bellen en moeders die een kindje achterop de fiets blijken te hebben.

Zo beklijven bullets beter



Je zorgt er op verschillende manieren voor dat je opsomming beter blijft hangen bij je lezer.

Beginrijm

'Heerlijk, helder, Heineken' is een goede opsomming vanwege de boodschap EN vanwege het beginrijm.

Stel: je doet in telefoon- en tabletreparaties. Dan kun je zeggen:

- We herstellen je tablet of telefoon snel, smart en secure

Soms even sleutelen...

Je wilt een opsomming maken, maar een van de woorden heeft een afwijkend lidwoord:

- SEOpres verbetert het gemak, de vindbaarheid en de conversie

Haal de lidwoorden weg:

- SEOpres verbetert gemak, vindbaarheid en conversie

Of bedenk een synoniem voor dat afwijkende woord en gebruik het bijbehorende lidwoord eenmaal:

- Seopres vergroot de souplesse, vindbaarheid en conversietekst

Subtiel overtuigen

Eerst even taaltechnisch: opsommingen heb je in soorten en maten. Eentje heet de repetitio:

- Herhalen, herhalen, herhalen. Het is de kracht van reclame.

Als je steeds hetzelfde woord of hetzelfde argument herhaalt wordt het saai en haakt je lezer af. Right?

Herhaal daarom niet alleen het woord waar je de aandacht op wilt vestigen, maar ook een synoniem:

- Herhaal. Zeg het nogmaals. En geef tenslotte een samenvatting.



De herhaling werkt dan veel subtieler. Die helpt om je boodschap begrijpelijk(er) te maken. Of om te zorgen dat je lezer eerder, sneller en ongedwongener openstaat voor je aanbod of call to action.

En nu het overtuigen

Bedenk eerst wat dat ene is wat je graag voor het voetlicht wilt krijgen. Bijvoorbeeld dat iedereen zelf goede titels kan schrijven. In deze tekst staat liefst drie keer hoe makkelijk het nou eigenlijk is:

- Goede titels schrijven is niet zo moeilijk, vertel ik ondernemers enthousiast. Iedereen kan het, echt: dhz-headlines die doen wat ze moeten doen. Ik had het er laatst nog over met een opdrachtgever die zijn eigen blogs schrijft. "Goede titels schrijven, zou ik dat ook zelf kunnen?" Tuurlijk kun je dat. En ik wees hem op mijn MasterClass met 27 titelformules.

Peter Post - Copywriting voor ondernemers

Als je de juiste woorden en strategieën gebruikt, komen nieuwe klanten vanzelf naar je toe. Want met teksten die verleiden verkoop je meer. Zo eenvoudig is het.



Ik begon mijn carrière als copywriter in 1988, bij een groot Amerikaans reclamebureau in Amstelveen. In 1999 werd ik zelfstandig ondernemer. Ik verhuurde mezelf aan de grote reclamebureaus in Nederland. Je kent mijn werk van onder meer Albert Heijn, Staatsloterij en Mercedes-Benz.

Sinds 2010 ligt mijn focus op copywriting voor ondernemers, met name online. Want welke nieuwe (internet)techniek dan ook, de principes van verkoop en verleiden veranderen niet.

Ik help je graag met het succesvol maken van je onderneming.

A handwritten signature in blue ink that reads 'Peter Post'. The signature is stylized, with a large, looped 'P' and a horizontal line underneath the name.

Copyright ©2019 Peter Post, Hilversum. Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden gedeeld met derden, verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt worden in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of door fotokopieën, opname, of op enige andere manier, zonder naamsvermelding en voorafgaande schriftelijke toestemming van Peter Post. Dit is versie 1.0 van het boek 'Haal meer uit opsommingen'. Bij de samenstelling is de grootste zorg besteed aan de juistheid van de informatie. Peter Post dan wel peterpost.com kunnen niet verantwoordelijk worden gehouden voor enige onjuiste of ontbrekende informatie.



peterpost.com
