

Efficiënt communiceren met wervende schrijftips



CURSUS WERVE(LE)ND SCHRIJVEN – VL@S

WAAROM?

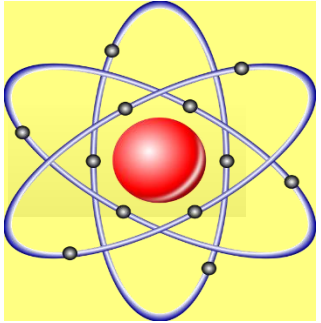
Opvallen tussen het overaanbod van informatie bij de leden.

Een succesvolle **uitnodiging** of **nieuwsbrief** is dé sleutel tot het aantrekken van (niet)-leden op een activiteit. Het gaat niet alleen om een pakkende tekst, maar vooral om een persoonlijke benadering. Hoe zorg je ervoor dat jouw leden zich speciaal voelen en jouw evenement niet willen missen?

Infobesitas



1. BEGIN MET DE KERN



De kernboodschap

- Vertrek van WAAROM
 - In het onderwerp van de mail
 - In de titel in MiRa



Omdat het brein van je lezer sneller

Beslist Dan je beseft

De gouden cirkel van Sinek

Waarom doe je wat je doet?
Wat is jouw missie?

Hoe doe je het?
Wat zijn je sterkten?

Wat doe je?
Verkoop je patat,
schilderijen of
een knipbeurt?

Waarom

Hoe

Wat

2. VERLEID MET EEN TITEL

Een sterke titel is een koppeling tussen neurowetenschap en communicatiekracht

Spreek het oerbrein aan

Gebruik neuromarketing

- neuromarketing helpt om teksten te schrijven die het brein prikkelen, vertrouwen wekken en aanzetten tot actie.
 - Onze organisatie biedt een breed gamma aan diensten voor senioren.
 - Meer dan 5.000 senioren vonden al hulp bij ons. Jij ook?"
 - Wij bieden een breed scala aan innovatieve oplossingen."
 - "Wij lossen jouw probleem snel en slim op

Of verlies-aversie

- mensen willen liever iets niet verliezen dan iets winnen. Dit is een van de kerninzichten uit de gedragseconomie en speelt een belangrijke rol in neuromarketing en wervend schrijven.
- Hoe werkt verliesaversie?
 - Het verlies van €50 voelt erger dan de vreugde van €50 winnen.



ALPHEET
WANNEER BEN JE
OFFICIEEL
EEN OUWE
ZAK?

EN 59 ANDERE NUTTIGE LEVENSVRAGEN VOOR
'BOOMERS'; GEN X, MILLENNIALS ÉN GEN Z
JAPKE-d. BOUMA



Water hoort niet verpest te worden

Water is de levensader van onze planeet. Wij geloven dat het niet verpakt, geplastificeerd en gelabeld hoort te worden.

Niet zinloos vervoerd. Van hot naar her, van hier naar daar.

Het zou niet geïmporteerd, geëxporteerd of belast moeten worden. Het zou niet schaars moeten zijn. Niet gemonopoliseerd.

Het zou niet gecommmercialiseerd moeten worden. Niet verkocht. Het mag jou en ons niets kosten.

Maar dat doet het wel. Water wordt zozeer verpest dat we er niet meer mee kunnen doen waarvoor het bedoeld is: Drinken, uit de kraan.



Verpakt water is een serieus probleem

Wij zijn hier om het op te lossen.



Wandelen met De Genieters – 22/09/2025

De rustige wandelaars komen samen voor een ontspannend tochtje door natuurgebieden of pittoreske wijken, in Koksijde of de omliggende gemeenten. Halverwege de wandeling genieten we van een pauze met een fris drankje.

Wandelen is een activiteit waarmee we senioren samen brengen. We halen hen uit hun huis en trachten de eenzaamheid te doorbreken. Zo werken we aan verbondenheid. Bovendien dagen we de ouderen uit tot gezonde lichaamsbeweging, om zo lang mogelijk actief en zelfstandig te blijven. We stimuleren de zelfredzaamheid.

Praktisch:

- * Wanneer: elke maandag om 14.00 uur.
- * Waar: vertrek aan de **tramhalte in Koksijde-Bad**
- * Organisatie en info: Alfonsine Van Belle tel 0475 58 99 66.

Afdeling

Koksijde

Datum

22 september 2025

14:00 – 17:00

Type activiteit

Wandelen

Locatie

Koksijde-Bad, 8670 Koksijde, België

Begeleiding

Alfonsine Van Belle

Stappen en klappen – 23/09/2025

Wekelijkse korte wandeling (3 km), met halverwege een babbel tussen pot en pint in een taverne.

Voor iedereen die gezelligheid wil combineren met beweging.

Vertrek elke dinsdag om 14 u. op de parking van Carrefour, Turnhoutsebaan 132, Schilde.

Info: Jeanne Simons, tel: 03-383 62 56 of geudens-simons@hotmail.com.

Afdeling

Schilde

Datum

23 september 2025

14:00 – 16:30

Type activiteit

Wandelen

Locatie

2970 Schilde, België

Begeleiding

Jeanne Simons

Infosessie – Baas over uw eigen smartphone en computer – 23/10/2025

Infosessie : **Baas over uw eigen smartphone en computer** om 14u in 't Smiske.

De smartphone is niet meer uit ons dagelijks gebruik weg te denken, met zijn vele nuttige toepassingen zoals Itsme, Payconiq, Recyvle, Cozo, enz. Echter is navigeren en instellingen wijzigen niet altijd zo eenvoudig en krijgt men soms het gevoel dat de smartphone baas is over jou.

De sessie is dan ook bedoeld om meester te worden van je telefoon en zijn gebruik. Dit gaan we op een interactieve wijze brengen aan de hand van voorbeelden en helpende handen zodat je nadien zelfstandig alles kunt wijzigen zoals jij dat wilt.

NB: breng zeker je identiteitskaart samen met je PIN-code mee op de Itsme-app te kunnen installeren op je smartphone.

Gratis inkom. Dranken zijn te verkrijgen aan democratische prijzen.

Afdeling

Asse

Datum

23 oktober 2025

14:00 – 17:00

Type activiteit

Voordrachten

Locatie

Gemeenteplein 7, 1730 Asse, België

Begeleiding

Louis Lombaert

Zing je gelukkig – 27/11/2025

Zingen verbindt. Altijd. Overal. En iederéén kan zingen. Daarom is onze provinciale zangnamiddag voor iedereen toegankelijk. We zingen liedjes uit het Vlaams-Brabantse liedjesboek o.l.v. Vital Geeraerts.

Samen zingen ontroert, is plezant – en het is nog gezond ook! Tijdens het zingen komen endorfines vrij, die zorgen voor een goed gevoel en een flinke portie energie. Je ademhaling verdiept, je longen krijgen een boost, en je vergeet even alle zorgen van de dag. Bovendien versterkt zingen je geheugen, vermindert het stress en bevordert het je concentratie. Of je nu luidkeels meebrult of zachtjes mee neuriet: iedereen is welkom om mee te genieten. Op jouw gezondheid!

Meer info via Karin Van Loo, karinvl@vlasvzw.be of 0471-32 48 39

Afdeling

Herent-Veltem-Winksele

Datum

27 november 2025

14:00 – 17:00

Type activiteit

Zingen

Locatie

Schoolstraat 15, 3020 Herent, België

Begeleiding

provinciaal bestuur Vlaams
Brabant



Pakkende titels

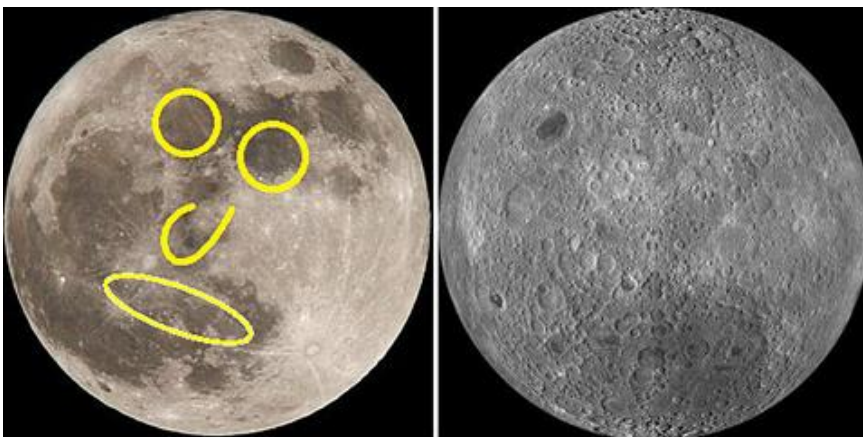
Neuromarketing

- Voel je veilig, ook thuis
- Een val kan je leven drastisch inperken
- Hoe voeding je hart kan redden
- 4 op 10 sterfgevallen: wat voeding ermee te maken heeft

Verlies-aversie

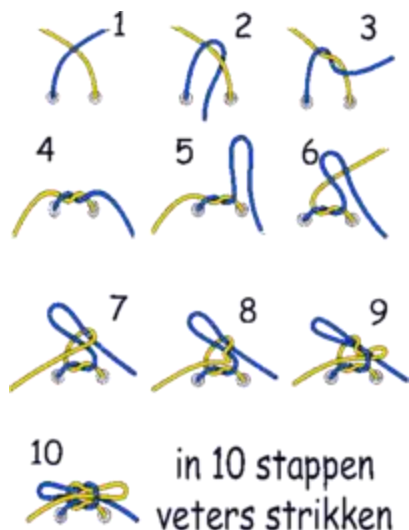
- Laat hackers niet binnen – bescherm je gegevens vandaag
- Voorkom dat oplichters je (spaar)geld stelen

3. SCHRIJF HELDER EN EENVOUDIG



Voorkant

Achterkant



Standaardmodus van ons brein :

Systeem A

- Snelle intuïtieve manier
- Vraagt geen inspanning, bvb autorijden, kleren aandoen, koffie zetten, korte vragen beantwoorden, makkelijke woorden interpreteren
- Zinnen komen in ons hoofd, automatische reactie volgt

de uitzondering :

Systeem B

- Vergt veel meer inspanning van de hersenen
- Gebruiken we maar enkele minuten per dag
- Verloopt op een langzame weloverwogen manier
- Vergt hypergeconcentreerde modus, bvb : wat is de hoofdstad van Australië? Hoeveel vitaminen zitten in een sinaasappel? palimpsest

Babyschoenen te koop, Nooit gedragen



~~de kunst van het~~
~~schrijven is steeds~~
~~zoveel te schrappen~~
~~dat duidelijk wordt~~
~~wat bedoeld is.~~

4. WEES CONCREET

- Schrijf korte zinnen volgens de kern van het Nederlands = **SVO** taal
 - Subject
 - Verbum
 - object
- Precisie in terminologie : geen die dat deze
- Vermijd overstatement
- Vermijd overbodige woorden

De Vlaamse auteur Willem Elsschot is degene die de schrijfmethode 'schrijven is schrappen' bedacht (de uitspraak zelf komt van Godfried Bomans). Met de zogeheten Elsschotproef schrap je alle onnodige woorden uit een tekst.

VOORBEELDEN

- Voorbeeld : *de cijfers worden vermeld in het document.*
Beter: *De cijfers staan in het document.*
- Voorbeeld : *Uw aanvraag wordt door ons meteen in behandeling genomen.*
Beter: *Wij nemen uw aanvraag meteen in behandeling.*
- Voorbeeld : Het is belangrijk om te beseffen dat het gebruik van wachtwoorden die moeilijk te raden zijn een goede manier is om je online veiligheid te verhogen."
 - **Na de Elschotproef:**
"Sterke wachtwoorden verhogen je online veiligheid."
- "Er zijn verschillende mogelijkheden die overwogen kunnen worden om het probleem aan te pakken."
 - **Na de Elschotproef:**
"We kunnen het probleem aanpakken op drie manieren."
- De implementatie van een geavanceerd authenticatieprotocol draagt bij tot een verhoogde cyberresistentie."
 - **Na de Elschotproef:**
"Een extra beveiliging maakt je beter bestand tegen cyberaanvallen."

NU GIJ !

- Op deze lezing zal een expert ons tonen waarom je sterke wachtwoorden dient te gebruiken
- In deze uiteenzetting zal dokter de bond komen uitleggen waarom we dagelijks zouden moeten bewegen
- Tijdens onze wekelijkse fietstocht zullen we deze week volop kunnen genieten van de bloesems die we in de boomgaarden kunnen bewonderen



5. SCHRIJF ...VOOR JE LEZER

- Spreek je leden direct aan om een persoonlijke band te creëren en hen effectief te betrekken.
- Zet de voordelen in de verf
- Meer jij dan wij : zorg dat de lezer meer voorkomt in je tekst dan onze organisatie
- Praten met papier ertussen (gebruik spreektaal)
- Wat haal ik er uit? (vraagt de lezer)
- Vermijd formele of afstandelijke zinnen die een kloof creëren tussen schrijver en lezer.

Voorbeelden :

- De organisatie biedt een infosessie over cyberveiligheid
- Er wordt een lezing voorzien over digitale risico's
- Wij informeren onze leden over online veiligheid"

Herschrijf als:

- We tonen jou hoe je veilig blijft online
- Je krijgt praktische tips die je meteen kunt gebruiken
- Kom luisteren en leer hoe jij je gegevens beschermt



NU GIJ

- Wij zijn een organisatie die het hoog in het vaandel draagt om senioren te verbinden. Daarom willen wij wekelijks activiteiten organiseren waar wij de mogelijkheid bieden om gelijkgestemden te ontmoeten. Wij zijn bereikbaar

6. GEBRUIK ACTIEVE TAAL

(CTA: CALL TO ACTION), OTA : OPROEP TOT ACTIE



Wij Schrijven met voorbedachte rade

- geen zullen, worden , willen
- Actieve werkwoorden

Welke actie verwacht je van de lezer? :

- Inschrijven?
- Deelnemen?
- Reserveren?

Doen de leden wat je had verwacht? Overtuigend schrijven!

Je wil de leden van je afdelingen overtuigen en aanzetten tot actie.

OTA : duidelijke concrete instructie!

- Exact
- Dringend
- Bezit een werkwoord (er zit actie in)
- Is klaar en duidelijk
- Legt het resultaat van je actie uit

KOPPEL EEN REDEN AAN JE OTA

- **Ontdek hoeveel voordelen het lidmaatschap biedt en sluit je vandaag nog aan bij VI@s.**

(reden: voordelen krijgen → OTA: sluit je aan)

- **Wil je nieuwe mensen leren kennen met dezelfde interesses? Word nu lid van VI@s en vergroot je vriendenkring.**

(reden: sociale contacten → OTA: word lid)

- **Blijf op de hoogte van onze boeiende lezingen en uitstappen: meld je aan voor onze nieuwsbrief***(reden: toegang tot interessante activiteiten → OTA: meld je aan voor de nieuwsbrief)*

- **Wil je je talenten inzetten en iets betekenen voor anderen? Word vrijwilliger bij VI@s.**

(reden: zingeving → CTA: word vrijwilliger)

- **Schrijf je vandaag nog in !**

- 5 meest gebruikte woorden in wervende tekst :

- Je
- Nieuw
- Gratis
- Nu
- Omdat

7. HOUD HET KORT EN SCANBAAR



Mensen **lezen niet** maar **scannen** (online)

Een Lezer beslist al na enkele seconden of hij wel dan niet blijft verder lezen:

Wanneer blijven ze 'hangen'?

- De 1^e alinea brengt je meteen op de hoogte
- Geeft de belangrijkste dingen in de tekst weer
- Laat de lezer weten waarover de tekst gaan
- In Helder schrijfstijl
- Prikkelt om verder te lezen

8. VOLG EEN LOGISCHE STRUCTUUR

1. Aandacht trekken (met titel of eerste zin)
2. Belangrijkste info
 1. Wat is je boodschap? : vanuit 'Waarom'
 2. Wat heeft de lezer er aan?
 3. Wat is je doel?(de 3 W 's: wat, waar, wanneer)
3. Extra details (programma – details)
4. Praktische info (prijs, hoe inschrijven)
5. Oproep tot actie (dwingend, maar kies zelf)



9. GEBRUIK HET AIDA-MODEL



A Attention (Aandacht)

Je trekt de aandacht van je doelgroep. Dit kan met een opvallende kop, een prikkelende vraag, een verrassende uitspraak of een beeld dat meteen aanspreekt. Voorbeeld: "Wist je dat 1 op de 3 vrijwilligers stopt door slechte communicatie?"

I Interest (Interesse)

Je wekt interesse door in te spelen op de behoeften, problemen of verlangens van je doelgroep. Je laat zien dat je hen begrijpt en dat jouw aanbod relevant is. Voorbeeld: "Onze cursus 'Wervend Schrijven' helpt je om vrijwilligers beter te bereiken en te motiveren."

D Desire (Verlangen)

Je bouwt verlangen op door de voordelen van je aanbod te benadrukken. Je maakt duidelijk wat het oplevert: gemak, plezier, tijdswinst, impact... Voorbeeld: "Na deze cursus schrijf je teksten die écht binnenkomen – en vrijwilligers aanzetten tot actie."

A Action (Actie)

Je sluit af met een duidelijke oproep tot actie. Wat moet de lezer nu doen? Inschrijven, klikken, bellen, delen... Zorg dat de stap laagdrempelig is. Voorbeeld: "Schrijf je vandaag nog in – de plaatsen zijn beperkt!"

10. SCHRIJF POSITIEF



- Positieve taal zorgt voor een prettige leeservaring voor onze leden.
- Een positieve toon moedigt aan en nodigt lezers op een vriendelijke manier uit om actie te ondernemen.
- Vermijd **negatieve** formuleringen zoals waarschuwingen of beperkingen die lezers kunnen afschrikken.
 - “Schrijf je vandaag nog in, anders is het te laat”
- Gebruik **positieve** oproepen tot actie:
 - 'Schrijf je vandaag nog in om erbij te zijn!' om actie te stimuleren.

UITSMIJTER : AI GEBRUIKEN?

schrijf een wervende uitnodiging voor een lezing wervend of wervelend
schrijven voor bestuursleden van VI@s

↑ Delen ...

Hier is een voorstel voor een **wervende uitnodigingstekst** die je zo kunt gebruiken voor een lezing/workshop "Wervend schrijven" voor bestuursleden van VI@s:

✉ Uitnodiging

Schrijven dat binnenkomt? Dat kan!

Of het nu gaat om een nieuwsbrief, een uitnodiging of een Facebookbericht – je wilt dat leden niet alleen lezen, maar ook **in actie komen**.

Daarom nodigen we je van harte uit voor de lezing:

"Wervend (of wervelend) schrijven"

speciaal voor bestuursleden van VI@s.

👉 Tijdens deze interactieve sessie ontdek je:

- hoe je met enkele slimme schrijftips meer **aandacht en respons** krijgt,
- waarom het brein van je lezer vaak sneller hoort dan je denkt