

Grijp uw lezer bij de kraag!

Wérk met werkwoorden

+ Share / Save ⇅

De baseline van Schrijf.be? Teksten die doen *doen*.
Vier woorden, waarvan twee werkwoorden.
En geen bijvoeglijk naamwoord. Toeval? *Neuh*.

Gratis e-nieuwsbrief.
Verschijnt maandelijks.
10.870 abonnees
Nummer 117 van
24 januari 2013

Lekkere popcorn en heerlijke mosseltjes

Er zit een zakje bij mijn krant. Reclame voor de bioscoop. Met de opdruk: "Vul dit zakje met lekkere popcorn!"

Dat is balen: ik smacht naar *slechte* popcorn.

Flyer in de brievenbus: "Geniet van onze heerlijke mosseltjes in ons gezellig restaurant." Hoezo? Geen indigestie door *walgelijke* weekdieren in een *kale eetzaal*?

Bijvoeglijke naamwoorden? Bah!

Voelt u waar ik naartoe wil? Bijvoeglijke naamwoorden laat u maar beter weg in uw commerciële tekst. Anders strandt u in platitudes.

Of kijkt ú op bij een 'ruime waaier van mogelijkheden'? Is een waaier niet altijd ruim? Ja, toch. U las er dus gewoon óver.

Het bijvoeglijke naamwoord is meestal ballast: weg ermee!

Werkwoorden wérken

Hoe krijgt u uw lezer dan wel aan het kwijlen?

Met een trefzeker **werkwoord** dat tot de verbeelding spreekt. Zoals ... 'kwijlen'. Want een plastisch werkwoord is de motor van uw zin. En dus van uw overtuigingskracht.

Daarom schreef ik als eerste zin van deze alinea níét: "Hoe trekt u dan wel de aandacht van uw lezer?" Want zonder beeldend werkwoord was ú niet aan het kwijlen gegaan. Van klanten die *snoepen* van uw aanbod.

Spring uit de band

Het geheime verkoopwapen van copywriters?

Zij kiezen een werkwoord dat tot de verbeelding spreekt. Dat abstracte begrippen tastbaar maakt. Zodat uw aanbod dat ook wordt.

Zo doet u het

Viér oren luisteren naar uw vraag



Coördinatoren
Esther & Kathy
helpen u
op 015 27 55 10
of info@Schrijf.be.

Uw boekenbon van 10 euro ligt klaar

[Verwijst u een klant
naar ons?](#)

[Of wórdt u klant
voor 30 maart?](#)

Dan krijgt u een boekenbon
van 10 euro.

Ontdek hoe de titel van deze nieuwsbrief aan kracht wint, naarmate het werkwoord plastischer wordt:

- Hoe kunt u uw lezer overtuigen? (*Weg met kunnen!*)
- Hoe overtuigt u uw lezer?
- Hoe rijft u lezers binnen?
- Hoe grijpt u uw lezer bij de kraag?
- Grijp uw lezer bij de kraag!

Wérk met uw woorden

Samengevat? Vervang lege bijvoeglijke naamwoorden door werkwoorden die tot de verbeelding spreken. En scoor.

Of, nog véél handiger: [laat voor u scoren](#).

[+](#) Share / Save [⇅](#)

[Wim](#)

[Gratis abonnement schrappen](#)

