



# De regels van Roze

... EN AL HET ANDERE WAT JE MOET WETEN  
OVER ONLINE SCHRIJVEN

## Wat heb je aan dit boek?

- » **Je krijgt meer dan 100 schrijftrucs om steeds op terug te vallen.** Of je nou mails schrijft, nieuwsberichten, posts voor social media, vakinhoudelijke teksten voor een brede doelgroep of commerciële copy.
- » **Je slaagt erin je lezers te bereiken,** hun aandacht vast te houden en ze te laten doen wat jij van ze wilt. Conversie!
- » **Je krijgt kennis** over wat online goed werkt en wat niet. Kennis is macht, ik zie je nu al groeien.
- » **Je krijgt meer zelfvertrouwen** om jouw redactionele keuzes te verdedigen. Bijvoorbeeld als een (interne) opdrachtgever of je baas je tekst wil veranderen.
- » Je leert hoe je **overtuigende online koppen en verleidende intro's** schrijft.
- » **Je krijgt praktische tips** om je zinnen zo te formuleren, dat die ongeduldige online lezer toch bij de les blijft.
- » **Je kunt voortaan makkelijk opzoeken hoe het nou ook alweer zit** met een CTA, een linktekst of een opsomming. Of een tussenkop.
- » **Je ontdekt meer mogelijkheden om je tekst vorm te geven,** zonder een vormgever te hoeven vragen.
- » **Je weet hoe je rekening houdt met Google,** maar hoe je wél voor je lezer blijft schrijven.
- » **Je kunt meteen aan de slag met je eigen teksten,** dankzij heldere, praktische regels.
- » **Je krijgt opdrachten die je kunt toetsen** aan mijn uitwerking.

## Maar is er dus een verschil tussen online teksten schrijven en schrijven voor papier?

Zeker! Op papier heb je als lezer veel meer overzicht. Je ziet in één oogopslag hoe lang een tekst is en vaak ook meteen wat voor soort tekst het is. Je ziet een afbeelding en eventueel een onderschrift. Je ziet streamers om je aandacht te trekken, verleidende tussenkopjes om de alinea's te lezen. Die luxe van dat overzicht heb je online niet. Wel heb je online te maken met een lezer die snel is afgeleid en die slecht leest. En met Google. Dat is een pittige uitdaging, zeker als je nog lekker wilt schrijven ook. Maar geen zorgen! Na het lezen van dit boek slaag jij erin de aandacht van de ongeduldige lezer te grijpen en vast te houden. En toch rekening te houden met de zoekmachine.

---

## VOORWOORD

---

Er zit een frons in mijn voorhoofd. Een diepe, hij gaat niet meer weg. Die frons is er gekomen omdat ik duizenden online teksten heb gelezen en beoordeeld. Te vaak moet ik puzzelen, nog een keer lezen en ontcijferen - om goed te begrijpen wat er staat. Daar moet ik veel bij fronsen.

Elke keer als ik een tekst niet direct begrijp, denk ik: Huh? Soms zeg ik die huh hardop, maar vaak gaat die ongehoord in mijn hoofd voorbij. Elke keer verdiept mijn frons.

Tijdens mijn schrijftrainingen projecteer ik teksten van de deelnemers op het grote scherm. Teksten uit mails, teksten van websites, teksten van de socials. Dan vraag ik aan de deelnemers: 'Wat wil de schrijver van deze online tekst van mij?'

De deelnemers kijken naar het scherm.

Ik kijk naar de deelnemers.

Ze fronsen.

Wacht. Internet is niet uitgevonden om de cosmetische industrie te sponsoren. Laten we vanaf nu alleen nog teksten online zetten die ons voorhoofd strak houden. Die in plaats van een huh? een groen vinkje geven in ons hoofd. Een goed gevoel. Een pijnloze ervaring.

Het goede nieuws is: het kan!

Ik heb een groot vertrouwen dat iedereen online teksten kan schrijven die goed zijn opgebouwd, die lekker lezen en die de lezer én zoekmachines blij maken. Al die mensen hoeven alleen maar dit boek te lezen.

## **WAAROM DIT BOEK ER MOEST KOMEN**

Voor teksten bestaan regels. Bijvoorbeeld over hoe je woorden moet spellen. Of over hoe je een journalistiek nieuwsbericht schrijft. Over hoe je een wetenschappelijke tekst opbouwt en welke tussenkoppen je gebruikt in een krant. Deze regels geven houvast, voor zowel de schrijvers als de lezers.

Met die schrijvers is iets aan de hand. Vroeger kon slechts een handjevol mensen teksten publiceren. Dankzij de komst van internet is dat kleine clubje schrijvers uitgegroeid tot – inderdaad – de hele wereldbevolking.

En dat is te zien, aan de teksten. Zoveel mensen die kunnen publiceren. Zoveel mensen die maar wat doen. Zoveel mensen die hetzelfde doen, ook. En die dan ook nog onbeperkte ruimte hebben om alles vol te schrijven.

Met die lezers is ook iets aan de hand. We weten dat we allemaal steeds slechter lezen, áls we al lezen. Noemen we online lezers daarom vaak bezoekers? Of volgers? En komt een deel van dat slechte lezen niet ook doordat de schrijvers beter werk kunnen leveren?

Het is tijd om orde op zaken te stellen. Tijd om ook voor online teksten regels te maken. Daarom: *De regels van Roze*. Mijn regels inderdaad, geen wetten. Regels die ik jarenlang tijdens mijn opdrachten en eindredactie heb ingezet, of zelf heb bedacht en heb fijngeslepen. Die allemaal getest en getoetst zijn in de praktijk, met positieve resultaten.

Voor mijn frons is het te laat. Maar de jouwe – en die van jouw lezers – is vast nog te voorkomen.