



Jan Wouters
www.layoutdokter.be

In deze rubriek leggen copydokter Dirk Smets en lay-outdokter Jan Wouters direct mailings en e-mailings op hun behandeltafel. De gezonde delen laten ze ongemoeid. Maar ze duwen extra hard op de zere plekken. En stellen de diagnose.



Dirk Smets
www.copydokter.be

De diagnose

Deze blijft niet plakken

Bepark dit soort gegerous tot het absolute minimum. Hoe minder ballast, hoe beter.

Mailuig alleen naar Belgische adressen? Schrijf dan 015 28 58 10, dat vinden de meeste mensen gemakkelijker.

Grubodig voor een e-mailadres, je herkent het aan de '@'. Voor een fysiek adres schrijf je toch ook niet: 'adres:'?

De envelop is gepersonaliseerd, de brief niet. Jammer.

Saaie openingszin, lukt je niet in de tekst. 'Het collectieve geheugen van België', wat is dat, trouwens?

Verwijs niet naar acties die sommige lezers niet kennen. Dit is een nodeloze omweg, ballast.

Hoeverd prijzen precies? En vooral: welke? Som ze op. En laat ze opvallen.

Zorg voor mooie, positieve slotwoorden

Een donkerblauwe handtekening waarin je 'Philippe Allardin' herkent, werkt beter.

Grubodige logo's, pictogrammen en codes leiden de aandacht af. En remmen de verkoop. Als een code écht moet, maak ze dan zo klein mogelijk en verstop ze goed.

Geen Frans op Nederlandstalige brieven. Ligt bij sommige mensen gevoelig en zo mis je respons.

Beelden beter links, want daar trekken ze lezers de tekst in

Grubodig. Trekt nodeloos de aandacht. Dus: schrappen.

Deze headline staat in paars en even groot als de rest van de tekst. Valt daardoor te weinig op.

Wat saai. Scherper schrijven.

Het grote voordeel van deze spaaractie zijn de prijzen: 10 mini-pc's, 25 Nintendo games, ... Speel dat volop uit, ook in de brief.

! Gebruik zo weinig mogelijk uitroeptekens. Je roept niet tegen een prospect of klont...

Ha, dat is de bedoeling van De Post... Lieten het accent op het onmiddellijke voordeel leggen.

Klinkt niet vlot. Beter: 'Haal extra kaarten in...'

Sluit beter af met een call to action voor de spaaractie. De info over extra kaarten verhuizen naar een PS, bijvoorbeeld.

Negatieve woorden verlagen de respons. Beter: positieve woorden gebruiken. Of het zinnetje weglaten.

Lezers willen zo snel mogelijk uit de brief. Naar rechts beneden. Daar zeker geen beeld plaatsen, want dat trekt nog sneller uit de tekst.

Moet dit echt in het Engels? En 'directeur' staat in het Nederlands, héus...

Helemaal rechts onder staan rekeningnummers. De lezer denkt dan: administratie, betalen, bah.



Oei, hier staat een ander adres dan bovenaan. Verwarrend...