## Schrijven met impact (voor marktonderzoek)

### Les 3.4: De beste structuur - E-mails

In deze les zoomen we kort in op het structureren van e-mails. Bij e-mails is een vaste structuur (zoals bij voorstellen en rapportages) niet nodig. Wat belangrijk is:

- Bedenk welk DISC-profiel de lezer heeft
- Weet wat je doel is

Om je geheugen op te frissen à in een eerdere les hebben we het gehad over de volgende tekstdoelen:

- Informeren
- Adviseren
- Overtuigen
- Activeren
- Inspireren / amuseren

Aan de hand van de verschillende doelen volgen wat tips & tricks:

| **Tekstdoel** | **Tips & tricks** |
|---|---|
| Informeren | • Geef duidelijk aan welke informatie je gaat bieden (op basis van de behoeften en wensen van de klant).<br>• Geef de informatie zo volledig mogelijk; als je bepaalde informatie (nog) niet hebt, geef dit dan ook aan. |
| Adviseren | • Wees stellig in je woordkeuze en onderbouw je advies.<br>• Laat een eventuele keuze aan de klant. |
| Overtuigen | • Wees stellig in je woordkeuze (nog stelliger dan bij 'Adviseren).<br>• Je kunt sturen in wat jij wilt dat de klant gaat doen! |
| Activeren | • Geef concreet aan wat je verwacht/nodig hebt van je klant naar aanleiding van je mail.<br>• Als dit nodig is (bijvoorbeeld bij een strakke planning): geef ook expliciet aan wannéér je iets nodig hebt. Of vraag of ze op een bepaalde datum tijd kunnen reserveren in hun agenda om jou tijdig van feedback te voorzien. |
| Inspireren/Amuseren | • Zorg voor een pakkende tekst.<br>• Zorg ervoor dat het onderwerp relevant is voor de ontvanger. Als je hierover twijfelt, check dan bij een collega.<br>• Gebruik waar mogelijk mooie visuals of video's. |

Tot slot volgt een aantal algemene tips voor e-mails:

- Wees kort, bondig en duidelijk.
- Behandel je meerdere onderwerpen in je email? Overweeg dan dikgedrukte kopjes te gebruiken om je mail meer structuur te geven en overzichtelijker te maken.
- Pas je aanhef en begroeting aan op je klant (zeker bij nieuwe klanten). En spiegel dit. Als je klant 'Beste' als aanhef gebruikt, mail dan niet met 'Hoi' terug.
- Doe geen toezeggingen die je niet kunt waarmaken (bijvoorbeeld een eerdere opleverdatum of het kunnen bereiken van een bepaalde doelgroep)! Bij twijfel: navragen/verder onderzoeken en bij de klant aangeven dat je erop terugkomt.