

Boom

CHECK JE E-MAIL EN BRIEF



Tips en checklists voor
betere e-mails en brieven



ERIC TIGGELER

Check je e-mail en brief

Check je e-mail en brief

*Tips en checklists
voor betere e-mails
en brieven*

Eric Tiggeler

DERDE DRUK

Boom

Omslagontwerp: Textcetera, Den Haag
Opmaak binnenwerk: Villa Y, Henxel

© Eric Tiggeler & Boom uitgevers Amsterdam, 2021

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (art. 16 Auteurswet) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).

No part of this book may be reproduced in any form, by print, photoprint, microfilm or any other means without written permission from the publisher.

ISBN 978 90 2443 916 4
ISBN 978 90 2443 917 1 (e-book)
NUR 624

www.boomhogeronderwijs.nl

Inhoud

1 Hoe schrijf je moderne e-mails en brieven? 9

- 1.1 Vier uitgangspunten 9
 - Wees duidelijk en informatief 9
 - Wees enthousiast 10
 - Wees zorgvuldig 10
 - Wees snel 10
- 1.2 Wat vind je in dit boek? 12
 - Nieuw in deze versie 12

2 Recept voor een vraaggerichte e-mail: een driestappenplan 13

- 2.1 De eerste stap: denk na 13
 - Bepaal wat je wilt bereiken 13
 - Bepaal voor wie je schrijft 14
- 2.2 De tweede stap: schrijf de mail 14
 - Kies de hoofdingeling die past bij het doel 14
 - Verdeel de tekst in logische alinea's 15
- 2.3 De derde stap: verbeter de kladversie 15
 - Loop de tekst na 15
 - Controleer de afwerking 16
- 2.4 E-mailvalkuilen: tuimel er niet in 16
 - Verstuur niet te veel cc's en forwards 16
 - Wees voorzichtig met antwoord aan alle geadresseerden 17
 - Verstuur niet te snel 17
 - Gebruik voldoende tekst 18

3 Maak een hoofdingeling in drieën 20

- 3.1 De basisindeling van elke e-mail of brief 20
- 3.2 De eerste alinea 22
 - Wat zijn goede beginzinnen? 22
 - Wanneer zet je de hoofdboodschap niet voorop? 24
 - Welke beginzinnen moet je vermijden? 24
- 3.3 Het middendeel 26

-
- 3.4 De afronding 28
- Ga in op het vervolg 28
 - Stel een vraag 29
 - Bied iets aan 29
 - En hoe sluit je af als de verhoudingen verstoord zijn? 30
- 4 Kies de opbouw die past bij de inhoud 31**
- 4.1 Hoe schrijf je een slechtnieuwsbericht? 33
- Begin indirect 33
 - Maak het negatieve nieuws bekend 33
 - Sluit neutraal of positief af 33
 - Houd de toon zakelijk 34
- 4.2 Hoe schrijf je een klacht? 36
- Bereid de lezer voor 36
 - Formuleer de klacht 36
 - Doe je verzoek 37
- 4.3 Hoe schrijf je een reactie op een klacht? 37
- Zorg voor een neutrale start 39
 - Bevestig de klacht 40
 - Geef er een positieve draai aan 40
- 4.4 Hoe schrijf je een mailing of oproep? 41
- Een mailing schrijven 41
 - Zorg voor een goede eerste indruk 41
 - Grijp de aandacht 42
 - Doe een aantrekkelijk aanbod 42
 - Benoem de gewenste actie 43
 - Denk aan het PS 43
 - Een oproep schrijven: de lezer aanzetten tot actie 43
 - Wat wil je dat de lezer doet? 43
 - Bepaal hoe je de lezer motiveert 44
 - Benoem concrete acties en stappen 44
 - Maak de tekst glashelder 45
- 4.5 Hoe schrijf je een offerte? 45
- Benut de onderwerpregel 46
 - Begin origineel 46
 - Beschrijf de vraag 46
 - Beschrijf het aanbod 47
 - Verpak de prijs strategisch 47
 - Nodig uit om te reageren 47

-
- 4.6 Hoe schrijf je een begeleidende e-mail? 48
 - Maak het doel duidelijk 48
 - Vertel wat je opstuurt 48
 - Nodig uit om te reageren 49
 - 4.7 Hoe schrijf je een uitnodiging? 50
 - Noem de aanleiding en nodig de lezer uit 50
 - Herhaal de uitnodiging 50
 - 4.8 Hoe schrijf je een sollicitatie? 51
 - Begin enthousiast 51
 - Formuleer positief 52
 - Schets een herkenbaar beeld 53
 - Nodig jezelf uit 53
 - Tot slot: laat je cv spreken 53
 - 4.9 Een *afwezigheidsbericht* opstellen 54
 - 5 Maak de rode draad zichtbaar 56**
 - 5.1 Behandel één onderwerp per alinea 56
 - Hoe bouw je alinea's op? 57
 - Hoe begin je de alinea? 57
 - Hoe lang mag een alinea zijn? 58
 - Hoe zorg je voor samenhang binnen de alinea? 60
 - 5.2 Breng overzicht aan met witregels, tussenkoppen en opsommingen 61
 - Witregels 61
 - Tussenkopjes 61
 - Opsommingen met vette stippen of genummerde items 62
 - 6 Kies de juiste toon en stijl 64**
 - Maak je tekst zo begrijpelijk mogelijk 64
 - 6.1 Formuleer eigentijds 65
 - Vermijd clichés 66
 - Vermijd ouderwetse woorden 66
 - Pas op met oude naamvals vormen 67
 - Vermijd voorzetsluitdrukkingen 67
 - Voorkom overdreven beleefdheid 68
 - 6.2 Schrijf actief 68
 - Lijdende vormen opsporen 70
 - Voorzichtig met naamwoordstijl 72
 - Gebruik gerust *ik* en *wij* 73

6.3	Schrijf korte, heldere zinnen	74
	Houd het eerste zinsdeel kort	75
	Pas op met bijzinnen	75
6.4	Schrijf vriendelijk en positief	76
	Verleen service	77
	Schrijf vanuit de lezer: liever <i>u</i> dan <i>ik/wij</i>	78
	Omgaan met emoties: toon empathie	78
	Boots een dialoog na	79
	Denk mee met de lezer	79
	Welke aanspreekvorm: <i>u</i> of <i>je</i> ?	80
	<i>Wij</i> of <i>ik</i> ?	81
6.5	Pas op met afkortingen en jargon	81
7	Controleer de vormgeving en afwerking	82
7.1	Hoe zit een e-mail in elkaar?	82
	E-mail en emoties	85
7.2	Hoe zit een brief in elkaar?	86
	En faxberichten dan?	91
7.3	De aanhef en adressering van e-mails en brieven	91
	Wat doe je als je het geslacht of de naam van de lezer niet kent?	93
	Welke aanhef als je aan meer personen tegelijk schrijft?	93
7.4	De adressering van een brief	93
	Adresseren aan particulieren	94
7.5	Controleer de tekst op fouten	95
	Schrijfwijze van telefoonnummers	95
	Schrijfwijze getallen	95
	Namen van afdelingen, diensten, bureaus e.d.	95
	Een afwezigheidsbericht opstellen	96
8	Check je e-mails en brieven	97
1	Wat is je totaalindruk?	97
2	Is de tekst goed opgebouwd?	97
3	Zijn toon en stijl in orde?	98
4	Zijn vormgeving en afwerking in orde?	98
	Bijlage: tips voor zakelijk chatten	99
	Register	102

Hoe schrijf je moderne e-mails en brieven?

Lange tijd was een brief of kaartje de standaardmanier om iemand een bericht te sturen. Dat is sinds de introductie van e-mail snel veranderd. Zeker de laatste tien jaar zijn veel organisaties vrijwel volledig overgestapt op digitale communicatie. E-mails zijn tenslotte veel gemakkelijker en sneller verzonden. Brieven worden nog altijd gebruikt, maar vooral voor informatie met een formeel karakter. Bijvoorbeeld als de gemeente iemand een reactie stuurt op een bouwaanvraag, of als een organisatie een sollicitant aanneemt. Ook het gedrag van lezers is veranderd. Mensen zijn gewend om snel door het enorme tekstaanbod te zappen dat beschikbaar is op de vele schermen en schermpjes die ze continu gebruiken. Met dat gehaaste leesgedrag moet je rekening houden als je een e-mail of brief schrijft. Hoe doe je dat? Hoe kom je de kritische lezer tegemoet en schrijf je een e-mail of brief die gelezen wordt? Hierna lees je vier uitgangspunten die je daarbij helpen.

1.1 Vier uitgangspunten

Niet elk snel geschreven berichtje voldoet: goede e-mails en brieven voldoen aan een aantal eisen. Wat zijn de vier belangrijkste?

Wees duidelijk en informatief

Het eerste uitgangspunt: geef je lezer de informatie die hij of zij nodig heeft, en formuleer die informatie duidelijk. Dat advies lijkt overbodig, maar een helder bericht met alle benodigde informatie scheelt je veel extra werk. Je voorkomt dat de lezer je aan het werk zet door je te bellen of je opnieuw een bericht te sturen, omdat hij iets niet begrijpt of omdat hij informatie mist. Verplaats je dus in de lezer en beantwoord precies de vragen die je bij hem kunt verwachten. Voorkom omslachtige taal zoals standaardzinnen als *Naar aanleiding van uw schriftelijke aanvraag delen wij u het volgende mede*. Schrijf zinnen die gemakkelijk te begrijpen zijn en prettig leesbaar. En houd je taalgebruik eenvoudig; voorkom dat je de lezer verliest door ingewikkelde zinnen of moeilijke woorden.

Wees enthousiast

Twee sollicitatiemails komen binnen voor dezelfde functie. De sollicitanten hebben een vergelijkbare achtergrond. Wie wordt uitgenodigd voor een gesprek? De kandidaat die zich niet alleen helder en to the point presenteert, maar die ook zijn persoonlijkheid laat doorklinken. Door te laten merken dat hij gemotiveerd is en zin heeft in de functie, met formuleringen als *Hartelijk dank voor het informatiepakket dat u mij stuurde* en *Met veel plezier reageer ik op uw vacature*.

Bij een sollicitatie is overduidelijk dat de schrijver een goede indruk moet maken bij de ontvanger, maar ook in andere e-mails en brieven is de band met de lezer belangrijk. Let op een goede toon: persoonlijk, vriendelijk en enthousiast. Zo versterk je de relatie tussen jou (of je organisatie) en de lezer.

Wees zorgvuldig

E-mails worden soms in een paar minuten geschreven en verzonden. Die snelheid leidt ertoe dat de aandacht voor details erbij inschiet. Toch moet je zorgvuldig zijn: let op een goede aanhef, een goede opbouw, een vriendelijke afsluiting. Lezers verwachten dat schrijvers zich houden aan bepaalde normen, of het nu om de lay-out gaat, om de indeling of de formulering. En natuurlijk verwachten lezers een foutloze tekst. Een bedrijf dat een orderbevestiging schrijft over *het product welke u hebt besteld* maakt een slechtere indruk dan een bedrijf dat wél aandacht besteedt aan zijn presentatie. Schrijf dus een verzorgde mail of brief, die niet negatief opvalt door de afwerking.

Wees snel

Je vraagt bij twee bedrijven een prijsopgave aan via de website. Van het ene bedrijf krijg je dezelfde dag een bevestiging dat je de offerte binnen twee dagen in je mailbox hebt. Van het andere bedrijf krijg je na drie dagen de informatie. Feitelijk heb je van beide na drie dagen een inhoudelijke reactie, maar toch heeft het eerste bedrijf een voor-sprong. Het reageert meteen, het laat je niet in onzekerheid: je weet dat je vraag ontvangen en gelezen is. Reageer snel op elke brief of mail die je ontvangt. Ook als je geen tijd hebt voor een antwoord, laat je dat weten.

Hoe schrijf je heldere, moderne e-mails en brieven voor je werk? **Check je e-mail en brief** biedt een handig, beknopt stappenplan met vele praktijkvoorbeelden, voor het schrijven van een heldere, vriendelijke en positieve e-mail of brief.

Deze derde editie van **Check je e-mail en brief** is flink opgefrist, met veel nieuwe voorbeelden. Zo vind je er nu ook tips voor zakelijk chatten en sollicitatiemails en is er veel aandacht voor de veranderende stijl van zakelijke communicatie. In **Check je e-mail en brief** gaat het in de eerste plaats over e-mails, maar de meeste adviezen gelden ook voor brieven.

In deze serie verschenen ook de succesvolle schrijfgidsen **Check je tekst**, **Check je beleidstekst**, **Check je presentatie**, **Check je webtekst** en **Check je column**.

In zes korte stappen naar een effectieve tekst

- 1 Bedenk wat je met je e-mail wilt bereiken
- 2 Maak een hoofddeling in drieën
- 3 Kies de opbouw die past bij de inhoud
- 4 Maak de rode draad zichtbaar
- 5 Kies de juiste toon en stijl
- 6 Controleer de vormgeving en afwerking

Eric Tiggeler werkt voor het Taalcentrum-VU als tekstschrijver en ontwikkelaar van schrijftrainingen. Hij is auteur van onder meer het succesvolle taaladviesboek *Vraagbaak Nederlands*.



9 789024 439164 >

www.boomhogeronderwijs.nl