

voor zzp'ers en andere professionals

Wat is de verborgen kracht van een tagline?

En hoe werkt die voor jou?

Incl. werkboekje:
— Schrijf je tagline in 3 stappen —

Schrijven met Aandacht

Schrijven is een fantastisch middel om je boodschap helder te krijgen. Om uit te leggen wat ingewikkeld is. Om je blinde vlekken te zien. Tot de kern te komen, te overtuigen, bewust te maken, te raken.

Om woorden te vinden die het precies zeggen.

Al schrijvende kom je op woorden (en soms inzichten) waar je anders nooit op zou komen. Tenminste, als je dit doet met aandacht voor je onderwerp. Vandaag ben jij het onderwerp. Ik ben benieuwd hoe de verborgen kracht van het schrijven van een tagline voor jou werkt.

Veel schrijfplezier!

Sabine

Schrijven
MET AANDACHT

schrijvenmetaandacht.nl | sabineschippers.nl | sabine@sabineschippers.nl

Wat is de verborgen kracht van een tagline?

Ik pleit ervoor dat iedere professional nadenkt over een tagline.

Tag = label, kaartje

Line = regel

Een tagline is een label-tekst. Een kort regeltje over de waarde van wat jij als professional doet. Een paar woorden maar. Doordachte woorden. Die het belangrijkste vertellen over wat jij doet en wat je werkgever, collega's, klanten, projectleden daaraan hebben. Je kunt het gebruiken op je website, wanneer je solliciteert, in je LinkedIn profiel.

Een doordachte tagline kan het verschil maken tussen onthouden worden en vergeten worden. En toch vind ik een tagline geen doel op zich. Er is namelijk een verborgen kracht aan het schrijven ervan. Die vind ik veel interessanter.

Grondig nadenken over belangrijke vragen

Wat zet jij als professional in de etalage? Wat laat jij van jezelf zien? Waar richt jij je aandacht op in je werk? Wat is voor anderen reden om je aan te nemen, zaken met je te doen, jou voor een project te vragen of jou aan te bevelen?

Als jij een tagline wilt schrijven, moet je nadenken over belangrijke vragen op werkgebied.

Deze vragen kun je negeren. Doe je gewoon je ding, daar komt ook brood mee op de plank. Zonder tagline gaat het prima.

Maar hoeveel van je kwaliteiten komen dan niet uit de verf? Welke ideeën over je vak uit jij niet? Welke dingen blijf je maar doen, omdat je geen voorrang geeft aan wat je werkelijk te bieden hebt? Welke plannen zeul je jaar in jaar uit mee, zonder dat ze ooit concreet worden?

Hoeveel groter zou je werkplezier kunnen zijn?

Gun jezelf deze boost

Als je wel op zoek gaat naar antwoorden op die belangrijke vragen over je professionele identiteit, kan dat zo'n boost zijn.

Je weet wat je moet zeggen als mensen vragen waar je goed in bent en blij van wordt. Je blijkt een visie op je vak te hebben waar anderen iets aan hebben. Je zelfvertrouwen groeit. Het helpt je verder te komen als je een nieuwe richting in wilt slaan, maar nog niet precies weet wat dat dan is. En ben je zzp'er? Dan geeft het nadenken over de juiste woorden houvast voor ál je communicatie.

Zelfs dus als dit werkboekje jou niet direct een tagline oplevert, werpt het schrijf- en denkproces zijn vruchten af. Dat is de verborgen kracht van schrijven en van het zoeken naar de juiste woorden voor een tagline.

Eerst gaan we (ant)woorden verzamelen. Daarna volgt de stap: welke woorden kies ik voor mijn tagline?

Werkboekje

Schrijf je tagline in 3 stappen

voor zzp'ers en andere professionals

Inhoud

1. Een goede tagline begint met de juiste input
2. Je moet ergens beginnen, wat zijn je eerste woorden?
3. Schrijf je tagline

1. Een goede tagline begint met de juiste input

Iedereen die schrijft kan je vertellen: kort schrijven is moeilijker dan lang. Een tagline is waarschijnlijk het kortste tekstje dat je ooit zult schrijven. Geef het de tijd, een tagline hoeft niet meteen uit je pen te rollen.

Een goede tagline:

- doet een belofte over wat jij doet + de waarde daarvan voor je werkgever, collega's, klanten, projectleden
- hoeft geen grammaticale volzin te zijn en is kort
- is geen borstklopperij en bevat geen woorden als beste, fantastische, mooiste, enige, geweldige
- bestaat uit een paar eenvoudige woorden, woorden die zo bekend zijn dat de lezer ze als woordbeeld direct in zich opneemt
- bevat een kernwoord uit jouw belangrijkste dienst / vaardigheid

Zoals elke tekst begint ook een tagline met onderzoek en input.

Wat is je functie / belangrijkste dienst?

Welke vaardigheden kenmerken jou in je werk / waar sta jij (denk je) om bekend?

Wie wil je als professional bereiken?

Wat is je belofte aan degene?

Zodat die...?

2. Je moet ergens beginnen, wat zijn je eerste woorden?

Als je anderen wilt helpen een goede tagline te bedenken, moet je er toch echt zelf eentje hebben.

In de loop der jaren heb ik verschillende koppen op de homepage van mijn Schrijfpraktijk gehad in de trant van ‘freelance tekstschrijver en webredacteur in Amsterdam’. Functioneel. Niet spannend. En een kop is geen tagline. Maar je moet ergens beginnen en iets vond ik beter dan niets.

Je kunt er een keer goed voor gaat zitten om de juiste woorden te vinden. En dan eens in de zoveel tijd kijken of andere woorden het misschien nog beter zeggen. Zo heb ik het aangepakt.

Verzamel woorden

De juiste woorden hoeven niet per se uit jouw actieve woordenschat te komen. Als je de komende tijd oplet wat je hoort en leest, kom je wellicht op woorden die het óók of misschien zelfs beter zeggen. De inspiratie ligt voor het oprapen. Columns in de krant, songteksten, boeken, gesprekken. Zelfs met binge watchen verrijk je je woordenschat. Schaamteloos pikken van je favoriete personage. Die woorden kun je je toe eigenen. Wel even goed kijken of ze je passen en lekker zitten. Soms brengt het je op een idee of kom je zo op een synoniem dat voor jou raak is.

Welke woorden zouden niet misstaan in jouw tagline?

Welke woorden zijn te lang, ingewikkeld, jargon? Welke zijn op zichzelf te algemeen of hebben bij nader inzien niet de juiste toon? Schrap die.

Dit stond er op mijn lijst

doordachte teksten, schrijven, tekstschrijven, tekst, copy, klantgerichtheid, klant, verbaas, verras, ~~bedien~~, heldere boodschap, fan van, effectieve, juiste-snaar, creatief, vriendelijk, visie, visitekaartje, ~~structuur en orde~~, invalshoek, verplaatsen in, aandacht voor, aandachtig, boodschap ~~uit de verf~~, verwoorden, onder woorden, toon en stijl, direct en helder

Deze woorden hielpen me aan een eerste idee voor een tagline: doordachte teksten & fan van klantgerichtheid. Niet per se briljant, maar het maakt al wel duidelijk wat je kunt verwachten als je klant bij mij wordt.

3. Schrijf je tagline

Bij schrijven kan je ook veel overlaten aan het onderbewuste deel van je brein. Maar dan moet je het wel voeden. Als je daar de woorden in stopt waar je tot nu toe op kwam + de opdracht ‘maak een tagline van maximaal 6 woorden’ dan gaat je onderbewuste daarmee aan de slag.

En voeg niet alleen woorden toe. Maar ook taglines die je hoort of leest. Het ritme van deze regeltjes helpt je schrijfbrein. Dit geldt ook voor slogans van grote bekende merken. Ook al zijn die (als het goed is) vaak veel creatiever dan taglines, ze kunnen je wel helpen.

Ter inspiratie

Om je een aanzet te geven en in de stemming te laten komen, heb ik een klein lijstje met mogelijke taglines. Deze taglines bestaan voor zover ik weet niet echt. Wat ik in mijn kleine onderzoek tegenkwam heb ik omgebouwd.

Groene pracht voor de kleine tuin
Copy & content voor zorg en onderwijs
Je maatje voor een praatje
De vriendelijke vlogmaker
Vakwerk in timmerwerk
Meubels weer als nieuw
Elk event goed gepland

Zodra je een eerste idee hebt voor je tagline, schrijf ‘m op. Laat je schrijfbrein nieuwe ideeën produceren om je eerste versies te verbeteren. Zo krijg je je tagline scherper en scherper. Als ‘t ‘m is, voel je het.

Van de ene zin naar de andere

Via ‘doordachte teksten & fan van klantgerichtheid’ kwam ik op ‘alle aandacht voor je klant, boodschap en teksten’. Dit heeft nog lang als kop bovenaan mijn homepage gestaan, maar als tagline vond ik ‘m te lang. Ik voegde het werkwoord ‘schrijven’ toe en zag ineens wat er weg kon.

Ik was blij verrast met wat ik uiteindelijk kreeg. Schrijven met aandacht.

Maar ik was meer dan alleen blij. Ideeën om mijn vakkennis te delen (die ik al jaren onder de arm meezeulde) stonden ineens te juichen. Alsof ze eindelijk een plek hadden gevonden om concreet te worden.

Kort daarna registreerde ik de tagline als domeinnaam en schreef het in als tweede handelsnaam bij de Kamer van Koophandel. Schrijvenmetaandacht.nl was geboren.

Als je over je tagline nadenkt kunnen er leuke dingen gebeuren.

Wat rolt er voor jou uit?

Wat rolt er straks voor jou uit? Woorden die het precies zeggen? Een idee dat begint te juichen? Met meer overtuiging je klanten tegemoet treden? Ik gun je het allemaal.

Proberen?

- Welk aspect van je werk zet jij in je etalage?
- Jij kent de waarde hiervan, welke woord beschrijft dat goed?
- En wie is die ene klant die er echt blij mee zal zijn? Zorg dat die je tagline snapt.

Leg je gevoel erin. Maar let op, het moet wel op dat label passen.

Mijn tagline:
