

DE KOMM'A SCHRIJFWIJZER

Tips voor klantgericht communiceren



Wat vind je in deze SCHRIJFWIJZER?

• Inhoudsopgave	1
• Inleiding	2
• Verantwoording en verwijzingen	3
• Kernwaarden voor schriftelijke communicatie met in- en externe klanten	4
○ Zakelijk, persoonlijk, actief	5
○ Helder, eigentijds en positief	6
○ 'Minder is meer': hoofd- en bijzin	7
○ 'Minder is meer': structuur	8
• Het gebruik van de belangrijkste leestekens: komma, puntkomma, dubbele punt, aanhalingstekens	9 - 10
• Lastige woordkwesties	11 - 12
• De uitgangspunten toegepast:	
○ Zakelijke brieven en faxen	13
○ Memo's	14
○ E-mails	15
• Alternatieven voor intro's en afsluitingen in brieven	16
• Alternatieven voor verouderde en ingewikkelde woorden	17
• Checklist klantgericht schrijven	18

Inleiding

Waarom een SCHRIJFWIJZER?

De SCHRIJFWIJZER is een leidraad voor moderne, eigentijdse organisaties en bedrijven die helder en duidelijk met hun klanten en doelgroepen willen communiceren. Een slordige brief of e-mail met wollige taal maakt immers een slechte indruk en doet afbreuk aan het imago. De SCHRIJFWIJZER is geen keurslijf, maar wel een handig hulpmiddel om bewust om te gaan met geschreven communicatie. Kort, bondig en met duidelijke voorbeelden.

Wat vind je in de SCHRIJFWIJZER?

In de SCHRIJFWIJZER vind je allereerst de belangrijkste kernwaarden voor eigentijdse schriftelijke communicatie. Vervolgens geeft de SCHRIJFWIJZER een overzicht van het gebruik van de belangrijkste leestekens en veelvoorkomende, lastige woordkwesties. Deze uitgangspunten hebben wij toegepast in een aantal richtlijnen voor het schrijven van brieven, faxen, memo's en e-mails. Achterin vind je ten slotte twee lijstjes met praktische alternatieven voor ingesleten uitdrukkingen en nog een korte checklist.

Monique van Deursen
Komm'A Communicatie Bilthoven
www.kommcommunicatie.nl

Verantwoording en verwijzingen

De SCHRIJFWIJZER is gebaseerd op de spellingsregels volgens het *Groene Boekje*, dat iedereen via de link hieronder op internet kan gebruiken. Voor de inhoud heb ik gebruik gemaakt van *De Kleine Schrijfgids* van Mariët Hermans. Alle basisregels in deze SCHRIJFWIJZER zijn afgeleid van *De Schrijfwijzer* van Jan Renkema.

Ten slotte heb ik voor theorie en voorbeelden ook gebruikgemaakt van *Zakelijke communicatie* van Karen Knispel (Pearson Education) en *Schrijven met effect* (Uitgeverij Coutinho), ook van Mariët Hermans.

Waar in deze SCHRIJFWIJZER 'hij' 'of' 'hem' staat, bedoelen we ook 'zij' of 'haar'.

Handige websites

www.taaladviesnet.org

Online informatie van de Nederlandse Taalunie over uiteenlopende taalkwesties

www.woordenlijst.org

Het Groene boekje online

<http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/schrijven/>

Voor wie meer wil weten over hoe je een zakelijke tekst opbouwt

<http://www.onzetaal.nl/koppling/humor.php>

Een verzamelsite van het maandblad *Onze Taal* met taalhumor in vele soorten en maten

Kernwaarden schriftelijke communicatie

Als je zorg besteedt aan wat je schrijft, ben je ervan verzekerd dat je boodschap beter overkomt. Bovendien toon je respect voor je lezer: je tekst leest vlot en gemakkelijk en is geen ondoorgrondelijke woordpuzzel. Hieronder vatten wij de kernwaarden samen om helder, kort en bondig te communiceren. Op de volgende pagina's gaan wij er dieper op in.

<ul style="list-style-type: none"> • Stel de ontvanger centraal en spreek klanten aan met 'u'. Richt je tekst altijd tot de ontvanger. 	<p><i>NIET: 'Hierbij sturen wij een rapportage'</i> <i>WEL: 'U ontvangt bijgaand een rapportage'</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Schrijf zakelijk, maar vriendelijk en persoonlijk. 	<p><i>Smeed een band tussen de lezer en jezelf. Schrijf in de u-,wij- of ikvorm.</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Maak je teksten actief en modern. Vermijd zo veel mogelijk het gebruik van passieve werkwoorden ('worden') en zinnen zonder een handelend onderwerp. 	<p><i>Passieve zinnen en zinnen met een abstract, onpersoonlijk onderwerp maken een tekst onduidelijker. VOORBEELD: 'Het cancelen van reeds gematchte OTC-instructies kan alleen bilateraal plaatsvinden.'</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Hanteer helder, eigentijds en positief taalgebruik. 	<p><i>Kies eenvoudige, moderne woorden: maak het niet onnodig ingewikkeld.</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Het basisprincipe voor schrijven is 'minder is meer' in zinsbouw en structuur van de tekst. 	<p><i>Maak korte zinnen en bouw je tekst volgens een logische structuur op. Eerst de kern van de boodschap, dan aanvullende informatie en als laatste een samenvatting en eventuele vervolgactie.</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Wees altijd realistisch in je mogelijkheden. 	<p><i>Beloof geen dingen die je niet waar kunt maken, draai er niet omheen als je moet reageren op een klacht. Communiceer alleen wat echt nodig is.</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Wees alert op het verschil tussen in- en externe communicatie. 	<p><i>Voor intern gelden dezelfde waarden als voor extern, maar losser.</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Gebruik je gezonde verstand. 	<p><i>Hoe wil je zelf aangesproken worden in een brief?</i></p>

Kernwaarde: zakelijk, persoonlijk en actief

Het lijkt een tegenstelling: een tekst die zakelijk én persoonlijk tegelijk is, maar niets is minder waar. Een zakelijke tekst die persoonlijk geschreven is, maakt de afstand tot de lezer kleiner en is daardoor levendig en beter te begrijpen. Met de onderstaande tips schrijf je een tekst die zakelijk, persoonlijk, vriendelijk en actief is.

Uitgangspunten zakelijk, persoonlijk en actief schrijven

- Zakelijk betekent niet afstandelijk, dus spreek de ontvanger zo veel mogelijk persoonlijk aan. Schrijf vanuit jezelf (wij/ik) en voorkom het gebruik van het woordje 'men'.
- Maak mensen het onderwerp van je zin in plaats van voorwerpen of processen: je voorkomt dat je tekst abstract en afstandelijk wordt.
- Schrijf vooral in de actieve/bedrijvende vorm ('Jan leest het boek' en niet: 'het boek wordt door Jan gelezen'). Wees dus alert op het woord 'worden' in een zin: draai de zin om en maak hem actief.
- Bied de lezer structuur, overzicht en duidelijkheid.

NIET:

De uitkomst van het onderzoek is een concreet plan van aanpak, dat binnenkort wordt gepresenteerd. In dit plan wordt het aantal benodigde gesprekken aangegeven. Bovendien wordt nader op de interviewmethode ingegaan.

WEL:

De uitkomst van ons onderzoek is een concreet plan van aanpak, dat wij binnenkort presenteren. Wij geven erin aan hoeveel gesprekken wij nodig denken te hebben. Bovendien gaan wij nader in op de interviewmethode.

Kernwaarde: helder, eigentijds en positief

Veel mensen denken dat een zakelijke tekst ingewikkeld moet zijn om indruk te maken. Ze creëren een mist van woorden met verouderde uitdrukkingen, ingewikkelde voorzetsels, moeilijke woorden en lange samenstellingen. Het effect is meestal averechts: in plaats van waardering, ontstaat er irritatie: de lezer heeft de grootste moeite om de inhoud te begrijpen.

Uitgangspunten helder, eigentijds en positief schrijven

- Schrijf in gewone woorden en gebruik zo weinig mogelijk abstracte, moeilijke woorden: ze leiden af van de inhoud.
- Vermijd vage woorden als 'sommige', 'enkele', 'gedeeltelijk', 'meestal', 'nu en dan', 'min of meer', maar vervang ze door concrete aanduidingen (bijvoorbeeld hele getallen of '30%').
- Vermijd lege woorden als 'component', 'dimensie', 'mate', 'positie', 'situatie', 'element': vaak kun je ze weglaten.

NIET:

De minister is bereid het aspect van verlofdagen te betrekken in de onderhandelingen over de salarispositie van ambtenaren.

WEL:

De minister is bereid de verlofdagen te betrekken in de onderhandelingen over de salarissen van de ambtenaren.

- Breek lange samenstellingen van drie of meer delen op in een simpelere omschrijving: 'projecturenverantwoordingsformulier'.
- Vermijd typische schrijftaalwoorden ('dientengevolge', 'derhalve', 'dit schrijven') en vervang ze door gewone omgangswaarden.
- Gebruik gewone voorzetsels om verbanden aan te geven in plaats van de ouderwetse voorzetseluitdrukkingen.
- Schrijf positief: zinnen met een ontkenning zijn 30% lastiger te begrijpen dan normale zinnen; gebruik ze daarom spaarzaam.

Ontkenningen zijn:

- woorden als 'niet', 'niemand', 'geen', 'niets', 'nooit', 'nergens', 'zonder'
- ontkennende werkwoorden: 'vermijden', 'weigeren', 'verhinderen', 'verbieden', 'ontkennen', 'verzuimen'

VOORBEELD: NIET: 'Niemand was verhinderd, WEL: 'Iedereen was aanwezig'

Zie pag. 17 voor alternatieven voor verouderde en ingewikkelde woorden

Kernwaarde: 'minder is meer': opbouw en structuur - zinnen

Naast een persoonlijk, helder en modern taalgebruik, zijn opbouw en structuur onmisbaar om duidelijk te communiceren. Dat geldt op zinsniveau én op tekstniveau. Er zijn verschillende manieren om je lezer structuur te bieden, zodat hij of zij sneller begrijpt waar het in je tekst om gaat.

Uitgangspunten 'minder is meer' in zinnen

- Maak geen onnodig lange zinnen: ga uit van één hoofdzin met maximaal één bijzin. Heb je meer informatie, begin dan een nieuwe zin.
- Zet woorden en zinsdelen die bij elkaar horen, ook zo veel mogelijk bij elkaar; onderbreek ze niet onnodig met bijzinnen.
- Bouw je zin op vanuit een logische volgorde, bijvoorbeeld chronologisch.

NIET:

- *Met deze zo volledig mogelijke opsomming van de wijzingen en gevolgen van deze ontwikkeling hebben wij de basis willen vastleggen om in onderling overleg eventueel verder op specifieke onderwerpen in te gaan.*
- *Hij coördineert de werkzaamheden van de onder zijn leiding staande en aan hem rapporterende medewerkers.*

WEL:

- *Wij hebben geprobeerd de wijzingen en gevolgen van deze ontwikkeling zo volledig mogelijk weer te geven. Wilt u meer informatie over specifieke onderwerpen, dan overleggen wij graag met u.*
- *Hij coördineert de werkzaamheden van de medewerkers die onder zijn leiding staan en aan hem rapporteren.*

Kernwaarde: 'minder is meer': opbouw en structuur - teksten

Bedenk wat de belangrijkste boodschap is die je met je tekst wilt overbrengen; dat is je kernboodschap. Bedenk ook hoe je dat zo kort mogelijk kunt verwoorden. Beperk je tot de meest essentiële informatie, want je lezer heeft vaak weinig tijd. Aan de andere kant moet je wel voor samenhang zorgen, want een tekst met alleen korte zinnen, is saai. Variatie is daarom het devies.

Uitgangspunten 'minder is meer' in teksten

- Schrijf je tekst vanuit een vaste structuur:
 - kernboodschap in inleiding
 - toelichting in middenstuk
 - samenvatting en afsluitende acties in slotalinea
- Breng structuur aan door gebruik van:
 - alinea's: een alinea is een afgerond deelonderwerp en bestaat uit een kernzin met een aantal ondersteunende zinnen
 - verbindingswoorden: maar, hierdoor, als gevolg daarvan, een voorbeeld is, ten eerste, etc.
 - tussenkopjes: geven aan waar het volgende tekstdeel over gaat
 - opsommingen: overzichtelijke weergave van de informatie: zorg voor eenduidige opbouw, bijv. allemaal werkwoorden
 - leestekens

VOORBEELD

Scherper toezicht en strengere deskundigheidseisen dwingen tot veranderingen in de wijze van bestuur van pensioenfondsen en in operationeel handelen.[=KERNBOODSCHAP] DE BANK biedt een nieuwe beleggingsstructuur [= GEVOLG] die noodzakelijke en wenselijke veranderingen mogelijk maakt met de volgende kenmerken:

- *behoud van identiteit van uw pensioenfonds*
- *overname van een deel van de operationele en bestuurlijke taken door gespecialiseerde professionals*
- *taken van het bestuur pensioenfonds concentreren zich op 'core business'*

Voorbeeld van eenduidige opsomming met zelfstandige naamwoorden

Leestekens

Leestekens zorgen voor structuur en rust in een tekst; ze geven de lezer houvast. Wij geven een korte samenvatting van het gebruik van de meest voorkomende leestekens. Meer informatie vind je in *De Kleine Schrijfgids*.

Komma	<p>Gouden regel: als je bij hardop lezen een rust hoort, komt daar meestal ook een komma. Gebruik ze wel spaarzaam: een te veel aan komma's betekent meestal een te lange zin: splitsen!</p> <ul style="list-style-type: none">• voor een uitbreidende bijvoeglijke bijzin, d.w.z. ook zonder deze zin blijft de betekenis van de hoofdzin overeind <i>De kinderen, die niet van spruitjes houden, krijgen appelmoes</i> (= alle kinderen krijgen appelmoes) <i>De kinderen die niet van spruitjes houden, krijgen appelmoes</i> (= alleen de kinderen die niet van spruitjes houden)• tussen twee werkwoorden die niet bij elkaar horen: <i>Zodra wij uw werk nader hebben bekeken, hoort u van ons.</i>• om hoofd- en bijzinnen te scheiden: <i>Ik denk dat het gaat regenen, hoewel nu de zon nog schijnt.</i>• bij opsommingen van gelijkwaardige delen: <i>een mooie, comfortabele, snelle auto.</i>
Puntkomma	<ul style="list-style-type: none">• de puntkomma scheidt twee zinnen die nauw met elkaar zijn verbonden; een punt maakt de scheiding te groot, een komma te klein (de rust bij hardop lezen is langer dan bij de komma, maar korter dan bij de punt)<ul style="list-style-type: none">○ <i>De boeken zijn alfabetisch gerangschikt; u kunt ze gemakkelijk terugvinden.</i>

Leestekens - 2

Aanhalingstekens

Dubbele aanhalingstekens (“)

Bij citaten (letterlijke weergave van wat iemand zegt) gebruiken wij dubbele aanhalingstekens. Let ook op de plaats van de andere leestekens in de meest voorkomende constructies:

Hij zei: “Dat is goed.”

“Dat is goed”, zei hij.

“Dat is goed!” riep hij. Let op: in deze volgorde (een ‘gebroken citaat’) geen punt achter ‘goed’. Alleen uitroepetekens en vraagtekens blijven wel staan. Voorbeeld: *“Dat”, zei hij, “is goed.”*

Enkele aanhalingstekens

Enkele aanhalingstekens gebruik je voor:

- woorden met een bijzondere betekenis of ironisch bedoelde woorden
Deze ‘scoresheets’ bieden een waardevolle feedback
Hij noemt zichzelf ‘The King of Soul’.
- woorden die je als een begrip in de zin gebruikt
Het woord ‘de’ is een lidwoord.

Lastige woordkwesties

Is het nou 'lastig voor hen' of 'voor hun'? 'Je kan' of 'je kunt' je hierin gemakkelijk vergissen! Hieronder vind je enkele veel voorkomende 'taaldilemma's'.

Hun / hen	<p>'Hen' gebruik je:</p> <ul style="list-style-type: none"> na een voorzetsel: <i>Dat is <u>voor hen</u> gemakkelijk.</i> als het lijdend voorwerp is in de zin: <i>Ik heb <u>hen</u> gezien.</i> <p>'Hun' gebruik je:</p> <ul style="list-style-type: none"> als het meewerkend voorwerp is in de zin zonder voorzetsel (je kunt er dan in gedachten 'aan' of 'voor' voorzetten): <i>Ik geef <u>hun</u> het boek.</i> (= Ik geef hun [=aan hen] het boek.)
Beide/beiden, alle/allen, sommige/sommigen, deze/dezen	<ul style="list-style-type: none"> wel een 'n' als ze zelfstandig in de zin staan en naar personen verwijzen geen 'n' als ze niet naar personen verwijzen of als je er een zelfstandig naamwoord uit dezelfde zin achter kunt zetten <p><i>Van die grote familie stonden <u>sommigen</u> op de foto.</i> (zelfstandig gebruikt)</p> <p><i>Ik heb alle collega's gevraagd: <u>sommige</u> [collega's] weigerden, <u>andere</u> [collega's] deden mee.</i></p> <p><i>Van de auto's die daar stonden waren de <u>meeste</u> beschadigd.</i> (verwijst naar voorwerp)</p>
Als of dan	<ul style="list-style-type: none"> 'als' gebruik je na de woorden: 'zo', 'zoveel', 'zozeer', 'even', 'evenmin', 'evenwel' en 'evenzeer' <p><i>Deze spaarbank is <u>even</u> oud <u>als</u> de eerste schoolwet.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> 'dan' gebruik je: <ul style="list-style-type: none"> na de vergrotende trap (groter, belangrijker, ouder): <i>Deze spaarbank is ouder <u>dan</u> ING.</i> na 'ander' en 'anders', ook in combinatie met bijv. 'niemand', 'niet', 'niets', 'geen', 'nooit', 'nergens', 'wie', 'wat': <i>Hij doet niets (anders) <u>dan</u> werken.</i>

Lastige woordkwesties - 2

Omdat/doordat	<ul style="list-style-type: none"> • ‘omdat’ geeft een reden aan; dit is het gevolg van een menselijke beslissing • ‘doordat’ geeft een oorzaak aan; hier gaat geen beslissing aan vooraf <p><i>Ik ga naar Amsterdam, omdat je er lekker kunt eten.</i> <i>Je kunt lekker eten in Amsterdam, doordat er veel verschillende restaurants zijn.</i></p>		
Kan/kunt, zal/ zult, wil/wilt, hebt/heeft	<p>Je kunt / je zult / je wilt</p> <ul style="list-style-type: none"> • ‘je’ betekent ‘jij’ (tweede persoon) <p><i>Je zult het zien.</i></p>	<p>Je kan / je zal / je wil</p> <ul style="list-style-type: none"> • alleen als ‘je’ hetzelfde betekent als ‘men’ <p><i>Je zal toch altijd vrij zijn!</i></p>	<p>U hebt / kunt / wilt / zult / bent</p> <ul style="list-style-type: none"> • ‘u’ zien wij als tweede persoon; het werkwoord is als hierboven
	○		
Zuinig met zullen	<p>Steeds vaker duikt het werkwoord ‘zullen’ op in teksten waar je met een gewone tegenwoordige tijd prima uit de voeten kunt. De laatste is namelijk stelliger, directer en kernachtiger en kan heel vaak ‘zullen’ vervangen.</p> <p>NIET:</p> <p><i>Komende maand zal er een update plaatsvinden aan onze applicatie. De update zelf zal ongeveer een maand in beslag nemen, maar daar zullen jullie als gebruiker geen hinder van ondervinden.</i></p> <p>WEL:</p> <p><i>Komende maand voeren wij een update uit aan onze applicatie, die ongeveer een maand in beslag neemt. Als gebruiker kun je gewoon doorwerken.</i></p>		

Brieven / faxen

Een zakelijke brief of fax is bij uitstek het visitekaartje van de organisatie. Een heldere en klantgerichte opzet is daarbij essentieel.

- Geef **geen nutteloze informatie**: dus informatie waar de lezer niets aan heeft of die hij al weet.
- Houd rekening met **de behoefte van de lezer**: geef een motivatie, uitleg of reden waar de lezer dat verwacht.
- Schrijf op **het niveau van de lezer**: met een belerende of juist onderdanige toon stuit je de lezer tegen de borst.
- Gebruik 'u' als **aanspreekvorm** in brieven en zakelijke e-mails en 'je' in informele teksten.
- **Houd het kort**: een brief bestaat liefst uit één, maximaal uit twee A4'tjes; een fax uit een half tot maximaal één A4.

De indeling van een brief of fax

- Vermeld **plaats** en **datum** (*Amsterdam, 12 juli 2010*) en **waar de brief over gaat**: *Betreft: klantgericht schrijven* (let op hoofdletters).
- Gebruik bij de **aanhef** de achternaam van de geadresseerde (let op hoofdletters bij voorvoegsel): *Geachte mevrouw Van de Broek*. Schrijf namen voluit, geen afkortingen; gebruik '*Geachte heer, mevrouw,*' als je de naam van degene aan wie je schrijft niet weet.
- Een brief of fax bestaat uit drie delen:
 - (1) De **openingsalinea** met drie elementen:
 - aanleiding: een eerder voorval, gesprek, brief, etc. met concrete datum
 - onderwerp: geeft aan waar de brief over gaat
 - doel: wat wil je bereiken met je brief
 - (2) De **kern** van je brief: een of meerdere alinea's - dus bij elkaar horende onderwerpen, bestaande uit een kernzin en enkele aanvullende zinnen. TIP: houd alinea's kort, werk eventueel met tussenkoppen en laat de alinea's op elkaar aansluiten.
 - (3) De **slotalinea**: hierin een concrete vervolgactie: wat gaat je doen en/of wat kan de lezer verwachten. Sluit vriendelijk af met 'een knipoog naar de relatie met de lezer'; zeg bijv. dat je met plezier iets doet, of uitkijkt naar de volgende ontmoeting.
- De **afsluiting**: meestal '*met vriendelijke groet*', steeds minder vaak '*hoogachtend*'; dit gebruik je alleen nog in heel formele brieven.
- Als je **bijlagen** toevoegt, omschrijf ze dan concreet (titel, duidelijke referentie); gebruik een opsomming als je meer bijlagen hebt.

Memo's

Veel van wat voor brieven/faxen geldt, geldt ook voor het opstellen van memo's, zeker waar het gaat om inleiding, kern en afsluiting. Toch heeft een memo een aantal specifieke kenmerken, die je hier vindt weergegeven.

Uitgangspunten memo's

- Probeer de lengte van een memo te beperken tot **één A4**.
- Gebruik **geen aansprektitels**: voornaam, initialen en achternaam zijn voldoende.
- Gebruik een **kernachtige omschrijving van het onderwerp**.
- Zet de **datum voluit**.
- Een memo heeft over het algemeen **geen aanhef of ondertekening**.
- De tekst bestaat uit **korte alinea's**.
- Voor een heldere structuur kun je gebruikmaken van **tussenkoppen**.

E-mails

E-mail is ook zakelijk gezien een steeds belangrijker communicatiemiddel. Het is snel, je kunt bestanden meesturen en verschillende ontvangers tegelijk bereiken. Maar e-mail werkt ook slordigheid in de hand, kan soms te direct of te informeel zijn. Daarom enkele richtlijnen om je zakelijke e-mailverkeer te professionaliseren.

De do's and don'ts in zakelijk e-mailverkeer

- Geef het **onderwerp** specifiek, **kort** en relevant weer in de onderwerpregel.
- Vergeet niet de **aanhef** ('*Geachte*' of '*Beste*') en eindig met een '**handtekening**', zoals in een zakelijke brief.
- Wees nog beknopter dan in een brief: **kort en kernachtig** zijn dé kernwoorden voor beeldschermteksten, dus ook voor e-mail.
- Hanteer een **duidelijke lay-out** en creëer overzicht.
- Gebruik **geen emoticons, informele templates, animaties** en dergelijke: ze passen niet in een zakelijke stijl.
- Verstuur nooit zonder **controle van inhoud, spelling en grammatica**.

Alternatieven voor intro's en afsluitingen in brieven

Veel schrijvers nemen hun toevlucht tot platgetreden, nietszeggende clichés. Wij geven graag wat meer persoonsgerichte alternatieven:

Intro's <i>NIET:</i> <i>Hierbij delen wij u mede</i> <i>Naar aanleiding van / In antwoord op uw schrijven</i> <i>Hierbij zenden wij u</i> <i>Refererend aan ons telefoongesprek</i>	<i>WEL:</i> <i>Het project XYZ verloopt volgens planning. Wij willen u graag op de hoogte houden van de vorderingen</i> <i>Vorige week ontvingen wij uw brief waarin u voorstelde om</i> <i>Zoals wij gisteren telefonisch hebben besproken</i>
Afsluitingen <i>NIET:</i> <i>Hopende u hiermee voldoende te hebben ingelicht / van dienst te zijn geweest</i> <i>In afwachting van uw antwoord teken ik / verblijf ik</i> <i>Hopende op een positieve reactie uwerzijds</i>	<i>WEL:</i> <i>Ik hoop/Wij hopen dat u met deze brief voldoende informatie hebt</i> <i>Mocht u nog vragen hebben, dan...</i> <i>Ik neem volgende week contact met u op om uw reactie te horen</i> <i>Ik hoop dat ons plan uw instemming krijgt</i>
Varianten voor moeten of dienen Wees niet te dwingend met werkwoorden als 'willen', 'wensen', 'eisen', 'verlangen', 'verwachten'; gebruik ze alleen als er een juridische noodzaak voor is. <i>U moet reageren voor</i> <i>U dient hierbij rekening te houden met</i>	Gebruik liever alternatieven als 'adviseren', 'in overweging geven', 'voorstellen', 'verzoeken'. Of, meer vrijblijvend: 'vragen', 'aanraden', 'op prijs stellen'. <i>Het is in uw voordeel als u / Wij raden u aan ons te laten weten</i> <i>Het is belangrijk dat u / Het is dan wel noodzakelijk dat u</i>

Alternatieven voor verouderde en ingewikkelde woorden

Helderheid en duidelijkheid zijn de kernwoorden voor een toegankelijke tekst. Vraag jezelf altijd af of je formulering korter kan en of je zelf begrijpt wat er staat. Hier vind je een aantal voorbeelden waarmee je het je lezer een stuk gemakkelijker maakt.

<p>NIET</p> <p>Moeilijk</p> <p><i>additioneel</i> <i>persisteren</i> <i>modus</i> <i>participeren</i> <i>implementatie</i> <i>problematiek</i></p> <p>Abstract</p> <p><i>globaal</i> <i>kwalitatief</i> <i>niveau</i> <i>verankering</i> <i>aspect</i> <i>functie</i> <i>gebeuren</i> <i>sfeer</i></p>	<p>WEL</p> <p><i>aanvullend</i> <i>vasthouden aan</i> <i>manier</i> <i>deelnemen</i> <i>invoering</i> <i>probleem</i></p> <p><i>probeer ze weg</i> <i>te laten of maak</i> <i>ze concreet</i></p>	<p>NIET</p> <p>Ouderwets</p> <p><i>onverwijld</i> <i>dit schrijven</i> <i>benevens</i> <i>doch, echter</i> <i>hetgeen, hetwelk</i> <i>inzake</i> <i>welke</i> <i>derhalve</i> <i>nochtans</i> <i>dientengevolge</i></p> <p>Overtollig</p> <p><i>een groot aantal</i> <i>ondanks het feit dat</i> <i>op grond van het voorgaande</i> <i>met het resultaat dat</i> <i>als gevolg van het feit dat</i> <i>in de nabijheid van</i> <i>dat heeft tot gevolg dat</i></p>	<p>WEL</p> <p><i>onmiddellijk</i> <i>deze brief</i> <i>ook</i> <i>maar</i> <i>dat, wat</i> <i>voor, over</i> <i>die</i> <i>dus, daarom</i> <i>toch</i> <i>daardoor</i></p> <p><i>veel</i> <i>hoewel</i> <i>daarom</i> <i>zodat</i> <i>doordat</i> <i>bij</i> <i>daardoor</i></p>	<p>NIET</p> <p>Lange voorzetsels</p> <p><i>als gevolg van</i> <i>door middel van</i> <i>in het kader van</i></p> <p><i>in verband met</i> <i>met betrekking tot</i> <i>met het oog op</i> <i>op het gebied van</i> <i>ten aanzien van</i> <i>ten behoeve van</i> <i>ten gevolge van</i> <i>ten gunste van</i> <i>ter zake van</i> <i>uit oogpunt van</i></p>	<p>WEL</p> <p><i>door</i> <i>door, met, uit, via</i> <i>bij, binnen, in, om,</i> <i>voor</i> <i>volgens, door, voor</i> <i>over, voor</i> <i>om</i> <i>op, voor, over</i> <i>op, over, van, voor</i> <i>voor</i> <i>door</i> <i>voor</i> <i>over</i> <i>om</i></p>
---	--	---	---	--	---

Checklist klantgericht schrijven

- Gebruik een heldere structuur.
- Schrijf ontvangergericht en van persoon tot persoon.
- Schrijf in 'gewonemensentaal'; gebruik vaktaal voor vakgenoten.
- Gebruik geen nietszeggende woorden (vullers).
- Schrijf helder opgebouwde zinnen, die niet te lang zijn.
- Schrijf actief: vermijd de lijdende vorm.
- Schrijf positief en direct.
- Breng je tekst terug tot de kern: past mijn verhaal op één A4?
- Laat bij twijfel nog eens een collega naar je brief/memo/mail kijken met de blik van de ontvanger.
- Gebruik je gezonde verstand: hoe wil jij aangesproken worden in een brief?