

Zo schrijf je een persoonlijke post op LinkedIn (die de aandacht trekt) in 6 stappen

Je ziet ze in je tijdlijn, doet een poging, gooit bijna je laptop uit het raam en denkt dat jij dat nooit kan: een persoonlijke LinkedIn-post schrijven die de aandacht trekt.

Nou, ik heb nieuws voor je: dat kan je wél. Volg dit stappenplan en je hebt binnen no time een bericht waar je wel de aandacht mee trekt. En nieuwe connecties en volgers. Persoonlijke posts brachten mij in een jaar tijd en eigenlijk zonder moeite naar 1.000 volgers. Allemaal stukjes aandacht met een potentieel gouden randje.



Stap 1: Open LinkedIn en open het schrijfvenster van een post

We beginnen simpel: je gaat een post maken over iets waar je als professional blij van wordt. Als je nu denkt: ik heb niks waar ik blij van word in m'n werk, heb je een probleem. Neem volgende week ontslag en zoek iets waar je wel blij van wordt. Kom daarna weer terug bij dit stappenplan.

Heb je iets leuks in gedachten? Mooi. Gaan we!

Stap 2: Schrijf een openingszin

Uitleg:

- Deze zin is belangrijk, want je wil dat mensen doorlezen
- Zorg dat 'ie niet langer dan twee (op mobiel) of drie (op desktop) regels is, want daarna breekt LinkedIn 'm af.
- Pro-tip: bewaar deze stap voor het laatst en gebruik nu gewoon het eerste dat in je opkomt.
- Een goede openingszin bevat een onverwacht element. Je weet wel, van die schrijftrucjes om je lezer te verrassen. Manieren om dat te doen: overdrijf, bagatelliseer het, gebruik zelfspot, maak een woordgrap, begin een standaard zin en eindig 'm totaal anders dan verwacht, claim iets (dat je vervolgens ook echt waar kunt maken), vertel iets dat niemand weet, gebruik een stijffiguur (schrijfvorm om je tekst levendig te houden), schrijf fonetisch, enz.

Voorbeeld:



Lisa van Os van den Abeelen ▾

Plaatsen met zichtbaarheid: Iedereen



Hier kan je me 's nachts voor wakker maken: een goede creatieve briefing!
(Bij wijze van spreken dan. Ik heb m'n slaap hard nodig, dus waag het niet.)

Ik kwam tot deze zin omdat ik dacht aan andere manieren om te zeggen dat je iets leuk vindt. 'Hier kun je me 's nachts voor wakker maken' is een leuke uitdrukking. Jat 'm gerust.

Werk je in de administratie? Zoek dan naar een stereotiep over je beroep en geef daar een twist aan. Bijvoorbeeld: 'Cijfers saai? Dan heb je vroeger nooit 7083170 op een rekenmachine ingetypt.'

Of gebruik een bestaand woord en koppel dat in letterlijke zin aan je werk. 'Ze noemen we weleens bloedfanatiek. Ik ben dan ook niet voor niets spoedarts geworden.'

Snap je 'm? Eigenlijk moet je even loslaten dat je iets op een zakelijk online platform gaat schrijven. Bevrijd jezelf van vaktaal en doe alsof je een ingehuurde clown op een kinderfeestje bent die vertelt over z'n werk. Oké, slecht voorbeeld. Doe alsof je al jaren uitverkochte zalen trekt als charismatische verhalenverteller.

Stap 3: De rest van je post (1/2)

Uitleg:

- Schets de situatie waarin je zo blij bent met je werk of wanneer dit dus niet zo is. Neem de lezer mee in de context: wie, wat, hoe? Komt het vaak voor, wat wordt er gezegd, enz.
- Leg het uit zoals je het aan je kind, neefje of ouder zou uitleggen. Simpel, met humor en duidelijk. Ga ervan uit dat een ander geen idee heeft wat jouw werk inhoudt.

Voorbeeld:



Lisa van Os van den Abeelen ▾

Plaatsen met zichtbaarheid: Iedereen



Als tekstschrijver word ik vaak als een van de laatsten betrokken bij een project. Nieuwe teksten? 'Leuk, maar we moeten éérs een nieuw logo, bijpassende huisstijl, misschien een ander aanbod, allerlei strategische sessies doorlopen en een partij vinden die onze website kan bouwen.'

Allemaal prima, maar dan is het fijn als je de tekstschrijver vervolgens een duidelijke uitleg kan geven over wat je precies wil, doet en bent.

Ik zou zeggen: 9 van de 10 keer ligt er geen briefing klaar. En is er ook niet iemand in gespecialiseerd om het project creatief gezien tot een goed einde te brengen.

Maar die ene keer dat het dan wel gebeurt... ✨🙌HAAAAH🙌✨
Een document... M-met een uitgeschreven tone of voice... K-kernwaarden, uitgedacht... V-vertaald naar een schrijfstijl... Een verboden-woordenlijst! Genoege input om in te zwémmen! JAAAA!

(Daar word ik blij van. Kan ik m'n werk beter doen namelijk.)

Ik leg eerst uit hoe het normaal gaat, dan wat de status quo is, dan hoe blij ik ben als het wél gebeurt. Vol ongeloof geschreven, hopelijk snapt de lezer zo hoe zeldzaam het is.

Als je hierna denkt: oké, maar nu wordt de post wel erg lang... Dat is prima. Kun je aan het eind nog inkorten. Net als tik- en spelfouten eruit halen. Bovendien: persoonlijke posts mogen best wat langer zijn.

Stap 4: De rest van je post (2/2)

Uitleg

- Leg uit waaróm je zo blij wordt van de activiteit/de situatie. Wat maakt dat in je los? Wat bereik je ermee? Welke kernwaarde raakt het? Waarom kun je niet zonder? Wat voorkom je ermee?
- Als je dit met onderzoek, cijfers of andere ervaringen kan onderbouwen, ook helemaal top. Gebruik een korte quote of zin en noem altijd de bron. Opsommingstekens zijn ook altijd goed, zo geef je de lezer wat meer houvast.

Voorbeeld:



Lisa van Os van den Abeelen ▼

Plaatsen met zichtbaarheid: Iedereen



Mét briefing:

- 📍 Snap ik binnen no time wat de teksten moeten doen
- 📍 Kan ik sneller het juiste werk leveren
- 📍 Is er meer tijd voor het samenbrengen van alle andere disciplines in het project (bv. vormgeving, webdesign, SEO, bugs fixen, enz.)
- 📍 Is de kans dat jij en je klanten blij zijn veel groter
- 📍 Geef je mij erkenning en respect, want natuurlijk kan ik zelf iets bedenken of nog tig interviews houden, maar als jij al voorwerk hebt gedaan, stijg je sowieso naar de top 3 favoriete klanten
- 📍 Krijg je positieve energie terug, die jij weer kunt stoppen in de rest van het project

Onthoud: het mág positief, mensen. Het doel is dat anderen je positiviteit en je enthousiasme overnemen in hun werkdag. Dus een ballonnetje? Waarom niet!

Stap 5: Maak een statement

Uitleg

- Zeg iets over de gebeurtenis/werkomstandigheden waarvan je weet dat het niet haalbaar is, maar waar je stiekem van droomt. Trek het uit z'n dagelijkse, saaie verband.
- Door het uiterste op te zoeken, laat je zien dat je een bepaalde visie hebt. Je persoonlijkheid komt erin naar voren. Je kan het gerust met humor aanvullen. Het gaat erom dat je mensen op dit punt bij de les houdt en je post spannend houdt. Zo sluit je je post af met een uitsmijter waar de gemiddelde dansclub jaloers op is.

Voorbeeld:



Lisa van Os van den Abeelen ▼

Plaatsen met zichtbaarheid: Iedereen



Dus: wil je je tekstschrijver (of vormgever, webdesigner, creatief strateeg of andere projectmedewerker) ook blij maken de volgende keer? Of tenminste voorkomen dat ze ontslag nemen na het volgende project?

ZORG DAN DAT JE HET WERK VOORBEREIDT. 🙄

Een goede creatieve briefing is goud waard. Hoe beter je je creatieven hierin faciliteert, des te beter het werk dat ze leveren.

Voorkomen dat je personeel of projectmedewerkers ontslag nemen. Klinkt heftig, maar valt nog best mee toch? Geloof me. Als je je creatieven te lang laat spartelen, lopen ze weg. Mijn statement.

Stap 6: Gebruik je netwerk

- Doe een shout-out naar mensen, dingen, dieren of plaatsen waarmee je dit doet of zonder wie of wat je het niet had gekund. Wie inspireert je in je werk? Wiens voorbeeld volg je? Schaam je daar niet voor, niemand kan het alleen.
- Hoe meer mensen je kan taggen, hoe beter. Dat zorgt voor bereik. Maar het belangrijkste is het onderwerp van de post. Ga dus niet taggen om het taggen. Onthoud: dit is JOUW ruimte om berichten te plaatsen over dingen die JIJ belangrijk vindt.

Voorbeeld:



Lisa van Os van den Abeelen ▼

Plaatsen met zichtbaarheid: Iedereen



Mocht je het geluk hebben een hele goede briefier in je projectteam te hebben: geef hem of haar een shout out! Ze verdienen het!

In mijn geval:

Jouke Zult voor de creatieve projecten bij **Merkactivisten**, **Lisa Zwierts**, **Lauren van der Leest** voor **Stadsschouwburg De Harmonie** en **Bart Bleeker** voor **Kinwell**: jullie snappen wat een tekstschrijver nodig heeft. THANKS!

Dit is leuk, want ineens ga je nadenken over leuke situaties in de afgelopen jaren. Wat een goudmijn! Ik weet ineens ook waar mijn volgende posts over moeten gaan: goede creatieve briefings voor copywriters. :) Misschien kom jij ook op andere ideeën voor content!

BONUSSTAP: Een foto, of niet?

Het schrijven zit erop. De hamvraag is: welke foto past hierbij?

De afweging die ik altijd maak: staan er mensen (of die dieren uit stap 6), een prachtig product dat je zelf gemaakt hebt of iets anders belachelijk moois op de foto? Past die inhoudelijk bij je post? En is het een kwalitatief goede foto? Ja, dan wel.

Lukt dat niet? Laat dan de foto achterwege. Vindt LinkedIn helemaal niet erg. Mensen zien altijd je profiefoto als je iets plaatst.

En AI of Midjourney gebruiken voor beeld? PLEASE DON'T. Dat maakt je post eerder onpersoonlijk dan persoonlijk. Maar dat is mijn persoonlijke mening (en die van een miljoen anderen).

POSTEN MAAR! Als je dit een aantal keer oefent, zul je zien dat je er beter in wordt én je het leuker gaat vinden. Helemaal als er mensen op reageren.

Varieer met lengte, foto's, zinnen, grappen, onderwerpen...

Nog onzeker? Sla de post op als concept en kijk er morgen nog eens naar. Het is jouw speeltuin. Maar beloof me dat je uiteindelijk wel gewoon op die blauwe knop drukt.

Heb je het helemaal tot hier gered? Knap.

Als beloning mag je mij ook je concept sturen, dan kijk ik ernaar en geef ik je nog wat tips. Gratis en voor nips. ✌️ Op hey@lisavanos.nl lees ik die het snelst.