

Inhoud van je artikel

- ❑ Schrijf dingen die je doelgroep wil lezen. Zij investeren immers een paar minuten van hun leven in het lezen van je artikel. Lever dus waarde!
- Tegelijkertijd moet je jouw doelgroep niet overschatten; wat vanzelfsprekend is voor jou, kan voor hen juist nieuw en interessant zijn.
- Schrijf over een thema, onderwerp of project waaraan je werkt en vertel X dingen die mensen hierover absoluut moeten weten.
- ❑ Schrijf je artikel als een verhaal. Mensen onthouden gebeurtenissen als verhalen. Met feiten en cijfers verander je hen *niet* van gedachten.
- Leestip – Activeer hersenen met verhalen:
<https://lifehacker.com/5965703/the-science-of-storytelling-why-telling-a-story-is-the-most-powerful-way-to-activate-our-brains>

Structuur van je artikel

- ❑ Zorg voor een duidelijke structuur; grijp de aandacht van je lezers direct in de **inleiding**, kom dan met de **kern** van jouw verhaal en sluit af met een duidelijke **call to action**, i.e. vervolgstap voor de lezer.
- ❑ Zoek aansluiting bij je **doelgroep** in **woord-** en **stijlgebruik**; vermijd jargon en leg terminologie uit.
- ❑ Houd je **alinea's kort** en **krachtig**; 5 tot 6 zinnen per alinea is prima.
- ❑ Zolang je artikel leesbaar blijft, hoef jij je niet druk te maken over de **lengte** ervan. Heb je meer dan 1.000 woorden nodig, dan kan het slim zijn om je artikel op te knippen in meerdere artikelen.
- ❑ Gebruik heldere, verklarende **tussenkopjes**.
- ❑ Versterk je artikel met (een) aan je artikel verwante **afbeelding(en)**. Liefst authentiek (= door jou zelf gemaakt), maar in ieder geval rechtenvrij.
- ❑ Geef je artikel een aantrekkelijke **titel** waarmee je mensen verleidt om een paar minuten van hun leven te investeren en je artikel daadwerkelijk te lezen.