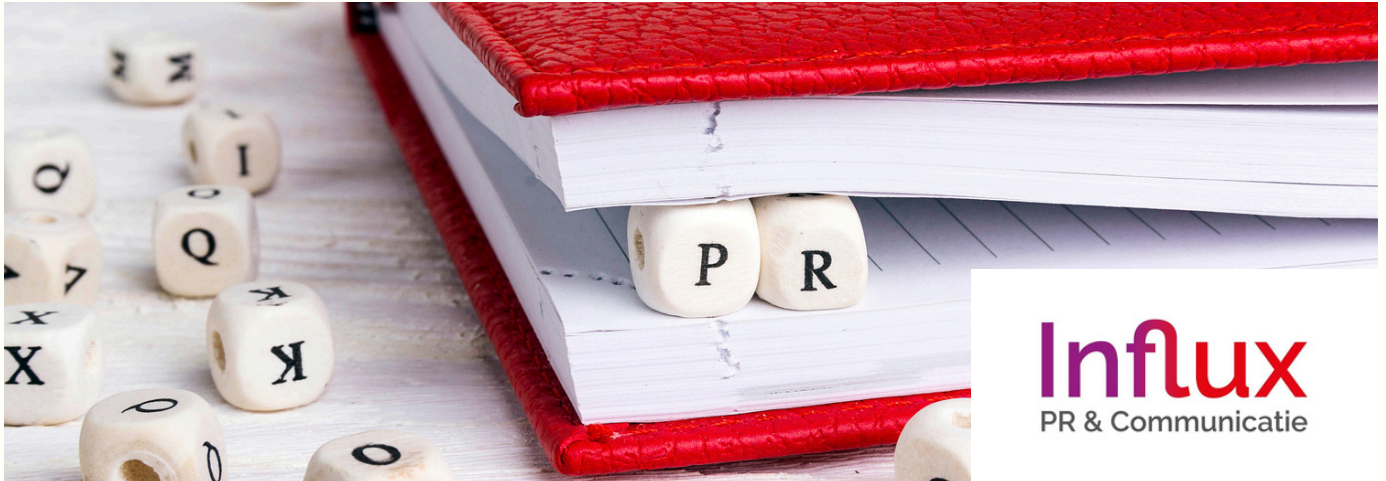


EEN STERK WHITEPAPER - 5 TIPS



Een whitepaper is een perfect middel om jezelf of organisatie op de kaart te zetten en autoriteit te claimen op een bepaald gebied. Je deelt jouw kennis en objectieve, relevante informatie met de lezer (jouw potentiële klant). Zo laat je zien dat je organisatie dé expert is in de branche. Natuurlijk gaat het om jouw dienst, product of methodiek, maar zorg ervoor dat je whitepaper geen verkapte productbrochure wordt. Deze 5 tips gaan je zeker helpen.

Tip 1 - Zoom in

Weet voor wie je gaat schrijven en wat je van je doelgroep wilt. Maak het onderwerp van je whitepaper niet te breed, maar zoom in op een specifiek probleem waarvan je weet dat je doelgroep ermee dealt. Is je onderwerp veelomvattend? Hak het in een paar brokken en maak een reeks whitepapers.

Tip 2 - Zorg voor herkenning

Schrijf je verhaal altijd vanuit het perspectief van je lezers. Maak meteen in de inleiding al duidelijk, what's in it for them? Zorg voor herkenning: laat zien dat jij hun business(probleem) snapt en de oplossing hebt. Je maakt hen nieuwsgierig naar jouw antwoorden en handvatten; die zijn voor hen relevant en waardevol.

ZOOM IN

ZORG VOOR HERKENNING

VOLG EEN VASTE
STRUCTUUR

HOU HET FEITELIJK

BLIJF UP-TO-DATE

Tip 3 - Volg een vaste structuur

Ga uit van zo'n vier tot tien pagina's, opgebouwd volgens een vaste structuur. Te beginnen met een titel die uitnodigt tot lezen. Vind de gulden middenweg: creatief, prikkelend, maar duidelijk over het onderwerp. Het document moet lekker vlot weg lezen. Verdeel de tekst in overzichtelijke alinea's, gebruik tussenkopjes en voeg zeker ook illustraties, grafieken, (onderzoeks)data, kaders, opsommingen, stappenplannen, praktijkvoorbeelden etc. toe.

Sluit af met persoonlijke informatie over jou als auteur (en je organisatie) en een call to action: bij wie kan de lezer terecht voor meer informatie of als er interesse is in jouw product of dienstverlening? Heb je externe bronnen gebruikt? Wel zo netjes om ze in een bronnenlijst op te nemen. Het verhoogt trouwens ook je betrouwbaarheid.

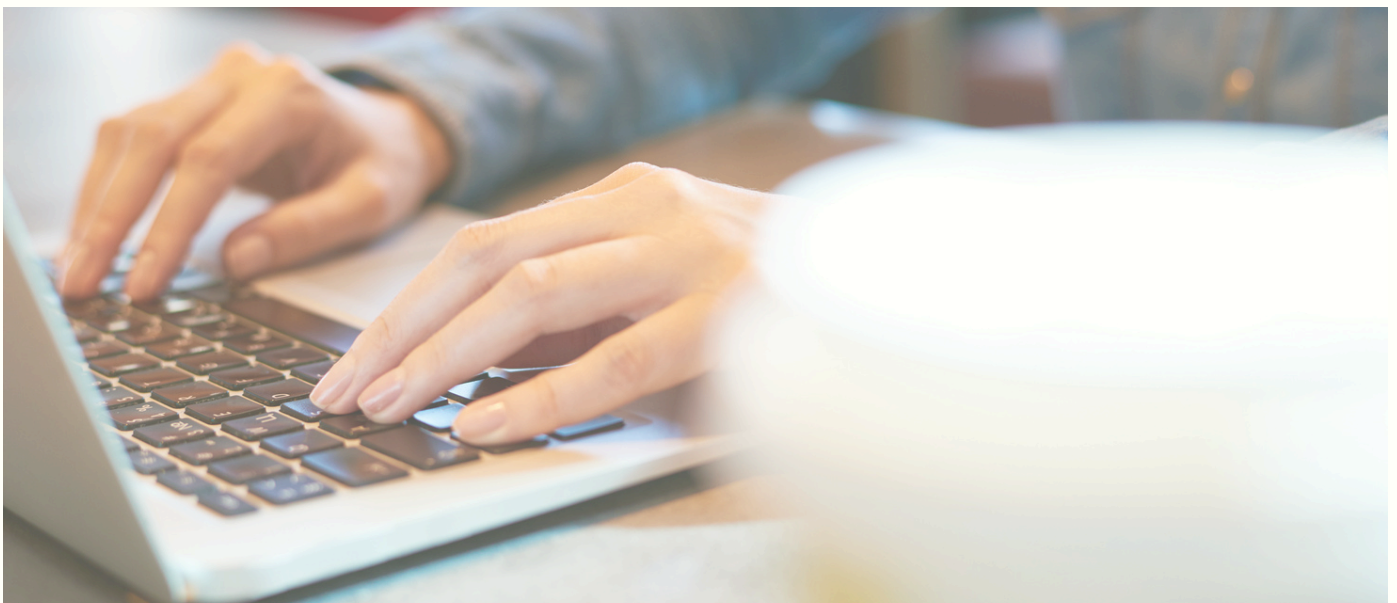
Tip 4 - Blijf feitelijk en inhoudelijk

Whitepapers hebben geen commerciële inslag (je bedrijf noem je dan ook liever niet). Het is de kunst om een subtiele koppeling te maken met je eigen business; met jouw oplossing voor het businessprobleem van de lezer. Hou geen verkooppraatje, maar deel feitelijke en inhoudelijke kennis. Zo zet je jezelf of jouw organisatie neer als een betrouwbare kennispartner die verstand heeft van de problemen of vraagstukken waarmee je klant in zijn dagelijkse praktijk dealt. Dit versterkt je autoriteit en betrouwbaarheid.

Uiteraard kan een whitepaper leiden tot een deal, een opdracht of samenwerking. Graag zelfs. Maar hou bij het schrijven in gedachten dat ook als de lezer niets bij je koopt of afneemt, jouw whitepaper waardevol moet zijn. Want iets dat van waarde is, laat een goede indruk achter.

Tip 5 - Blijf up-to-date

Zijn er relevante marktontwikkelingen? Updatet je whitepaper dan zeker, zodat het document ook op de langere termijn voor je bedrijf rendeert. Bovendien straalt up-to-datete kennis, professionaliteit uit.



VIND JE HET LASTIG OM JE KENNIS OP PAPIER TE ZETTEN? MAAK GEBRUIK VAN ONZE EXPERTISE!

T. 055 366 3034
E. INFO@INFLUX-PR.COM

ZIE JE EEN SAMENWERKING WEL ZITTEN EN GAAN WE VOOR JOU AAN DE SLAG MET EEN WHITEPAPER?
JE KRIJGT DAN EENMALIG 10% KORTING OP ONZE PROJECTPRIJS.

JANUARI 2025