

Hoe vind je een goede tekstschrijver?

In drie stappen naar de perfecte match

door Eva Smitt, juli 2008

Op marketingprofs.com las ik een leuk artikel van blogger Richard Pelletier, [How to Choose and Work With the Best Freelance Copywriters](#). Een feest van herkenning. Ik heb zelf ook vaak genoeg meegemaakt dat klanten óf geen flauw idee hebben hoe ze met een tekstschrijver moeten samenwerken óf dat ze er slechte ervaringen mee hebben. Zo slecht kennelijk dat ze tijd en energie blijven verspillen aan het zelf 'in elkaar flansen' van teksten. Want ja, waar vind je een deugdelijke schrijver? Wat heeft zo iemand nodig om een goede tekst te schrijven over een onderwerp waarvan ze misschien helemaal geen kaas hebben gegeten? En wat kost dat?

Iedereen kan schrijven...toch?

De meeste succesvolle ondernemers zijn geboren verkopers. Ze weten hun dienst, product of idee op overtuigende wijze en met veel enthousiasme aan de man of vrouw te brengen. Maar wanneer je ze vraagt datzelfde verhaal op papier te zetten, klappen ze dicht. *Zo vlot de babbel, zo wollig de krabbel.*

Schrijven is niet eenvoudig. (Al vind ik van wel, maar ja, daarom ben ik ook tekstschrijver geworden.) Het vergt inspanning en concentratie, je moet je kunnen inleven in (potentiële) klanten en waken voor het verzanden in jargon en 'wij-wij-wij'-gewauwel. Nee, het is niet makkelijk om over jezelf te schrijven. Dat geldt ook voor ondergetekende; ik schrijf binnen twee dagen alle webteksten voor een klant, maar met mijn eigen site ben ik weken zoet.

Samenwerken met een creatief: hoofdpijn of openbaring?

Hoe je met een tekstschrijver moet samenwerken hangt altijd af van de opdracht, de omstandigheden en de wensen van beide partijen. Gaat het om het herschrijven van (web)teksten, of staat er nog helemaal niets op papier? Is er een mogelijkheid om de tekstschrijver samen te laten werken met de ontwerper, zodat beeld en tekst goed op elkaar aansluiten? Welke en hoeveel informatie heeft een tekstschrijver nodig? Uurtarief of projectprijs? Hoeveel correctierondes zitten daarbij? En wat als je de tekst echt niet goed vindt?

Het zijn vragen die in een kennismakingsgesprek van nog geen uur allemaal beantwoord worden. Of eigenlijk, zouden moeten worden. Want hoe

vanzelfsprekend ik het ook vind dat mijn klanten weten waar ze aan toe zijn, ik hoor vaak genoeg horrorscenario's over zogenaamd professionele tekstschrijvers die alleen hun factuur foutloos en op tijd wisten te verzenden.

Hoe scheid je kaf en koren?

Tekstschrijvers: het zijn vaak óf zweverige creatieven ("Ik moet toch ergens mijn brood mee verdienen totdat mijn gedichtenbundel gepubliceerd wordt") of gesjeesde consultants met een ruim voldoende voor Nederlands ("ik heb al zoveel rapporten geschreven, schrijven gaat mij erg makkelijk af"). En vaak vallen de mensen die 'leuk kunnen schrijven' door de mand wanneer ze een corporate tekst moeten schrijven waarin het niet zozeer draait om een leuke clou, maar om een goede navigatiestructuur en informatieve webteksten die het goed doen in de zoekmachines.

Waar en hoe vind je een goede tekstschrijver? Het is inderdaad zoals Pelletier schrijft: je ziet door de bomen het bos niet meer. 'Freelance copywriter' levert volgens hem een half miljoen hits op – ook de 163.000 hits van 'tekstschrijver' op de Nederlandstalige pagina's van Google zijn er genoeg om enigszins van het pad te raken. Hoe scheid je het kaf van het koren?

Stap 1: Gezond verstand.

Een tekstschrijver die je vertelt dat hij met zijn teksten jouw doelgroep zo weet te raken dat ze massaal jouw product zullen kopen is óf te goed om waar te zijn óf aan de drugs.

Stap 2: Een goed gevoel.

Laat je geen gouden bergen beloven, maar bekijk en lees ander werk van de tekstschrijver. Spreekt het je aan? Past de stijl bij je bedrijf? Heeft de tekstschrijver al eerder geschreven voor het medium in kwestie, voor de doelgroep, over het product of de dienst?

Stap 3: Een prettig gesprek.

Vraag altijd een kennismakingsgesprek: is dit iemand met wie je een klik hebt? Die snapt waar het binnen jouw organisatie om draait en wie je doelgroep is? Als je teveel tijd kwijt bent aan het op één lijn komen, kun je beter één van die andere 162.999 hits op Google proberen.

How to Choose and Work With the Best Freelance Copywriters, Richard Pelletier
www.marketingprofs.com, 22 juli 2008