

# Briefing copywriter

Een briefing is de ideale manier om objectief te maken waarover geschreven moet worden. Steek er tijd voordat het schrijven begint en u bespaart veel meer tijd en geld doordat uw tekst uw publiek aanspreekt en aan al de behoeften voldoet.

## 1: Uw gegevens

### **Naam contactpersoon**

**E-mail**

**Datum indiening opdracht**

**Uiterste datum voor ontvangst van eerste ontwerp van kopij**

**Uiterste datum definitieve kopij**

*Geef in een korte alinea aan wie u bent, wat u doet en hoe u uw cliënten of gebruikers van diensten helpt.*

## 2: Uw project

**Beschrijf kort het algemene project waarvan de kopij deel zal uitmaken.**

**In welk formaat zal de kopij verschijnen?**

*(bv. een gedrukte flyer van vier pagina's, een A5-ansichtkaart, een webpagina, een volledige website, een downloadbare PDF enz.)*

**Wat wilt u met de communicatie bereiken?**

*(b.v. om mensen te inspireren om te doneren, om hen te informeren over een kwestie, om een nieuwe supporter te worden, enz.)*

## 3: Uw publiek

**Wie is het publiek?**

*(of, met wie wil je praten? )*

*(bv. moeders in Nederland tussen 30 en 50 jaar die schoolgaande kinderen hebben, een druk huishouden voeren en heel weinig vrije tijd hebben. Of jonge professionals met veel besteedbaar inkomen die graag socializen met hun vrienden). Geef zoveel RELEVANTE details als u kunt.*

## 4: Uw inhoud

### **Wat zijn de belangrijkste boodschappen die de tekst moet overbrengen?**

*(Geef specifieke details - ga ervan uit dat uw schrijver helemaal niets weet over het onderwerp waarover u hem vraagt te schrijven. Zet bijvoorbeeld niet 'de datum', maar vermeld de feitelijke datum die ze moeten vermelden)*

- Kernboodschap 1
- Kernboodschap 2
- Kernboodschap 3
- Etc

### **Wat is uw Call to Action?**

*(Wat wilt u dat uw publiek doet na ontvangst van of interactie met dit stukje communicatie? Is het om tickets te kopen voor een evenement? Is het om een website te bezoeken voor meer informatie? Is het om een tekst donatie te doen? Is het om in te schrijven voor e-mail nieuwsbrieven? )*

### **Wat is uw ideale aantal of maximum aantal woorden?**

### **Wat is het belangrijkste punt dat de tekst moet overbrengen?**

*(Met andere woorden, als uw publiek zich maar één ding zou herinneren na het lezen van uw communicatiestuk, wat zou dat dan moeten zijn?)*

### **Zijn er vooraf overeengekomen slogan of zinnen die u in de tekst wilt opnemen?**

### **Heeft u beeldmateriaal om de kopij te begeleiden?**

*(Als dat zo is, geef dan links naar de afbeeldingen en geef aan hoe u wilt dat de afbeeldingen en de tekst samenkomen. Het kan zijn dat u gewoon wilt dat 20 woor-*

*den bijschriften bij elke afbeelding, of u kunt de tekst om te verwijzen naar de beelden direct. Misschien wilt u gewoon dat de tekst en het beeldmateriaal hetzelfde thema hebben).*

**Welke verwijzingen moeten er komen in de tekst?**

## 5: Tone of voice

### **Schets de tone of voice van uw merk**

*(B.v. Onze toon is warm en vriendelijk maar niet te familiair. Of, we hebben een formele toon maar we zijn niet stijf of ongenaakbaar. Of, we houden van humor op een oneerbiedige manier, maar we zijn nooit onnozel. )*

## 6: Uw huisregels

### **Zijn er regels waar uw tekstschrijver zich aan moet houden?**

*(bv. Wij verwijzen naar onze organisatie in het enkelvoud 'Comic Relief 'is', niet 'Comic Relief 'zijn', wij schrijven brieven altijd in het meervoud dus 'wij' niet 'ik' enz)*

## 7: En tenslotte...

### **Is er nog iets dat je schrijver moet weten?**