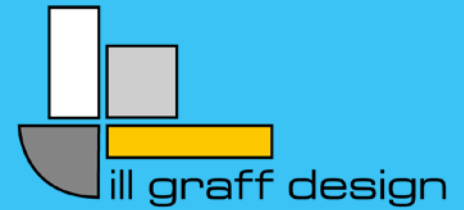


5 TIPS

OM JE CALL-TO-ACTION EFFECTIEF TE VERWOORDEN



1. LAAT JE LEZER NADENKEN OVER EEN KEUZE.

Dat kun je bijvoorbeeld doen door een vraag te stellen:

“Wil je meer weten over de yogaweek in Frankrijk?”

“Wil je een afspraak maken voor een vrijblijvend gesprek?”

“Wil je meer volgers op Twitter?”

Hierdoor activeer je het gebied in de hersenen om na te denken over die vraag (ook als je lezer hem zelf nog niet had).

2. VERTEL SPECIFIEK WAT JE WILT DAT JE LEZER DOET:

Bellen, mailen of zich opgeven voor een training? Laat ook zien welk gevolg de lezer kan verwachten als hij doet wat jij zegt.

Voorbeeld: Graag ontvangen wij u, als ouders, op een eerste gesprek, waarin u samen met de behandelaar bespreekt hoe het verdere verloop van het onderzoek eruit zal zien. Dit kan mogelijk alleen een cognitie-bepaling zijn of indien nodig een uitgebreider onderzoek. Weet jij wat je nu moet doen als je interesse hebt? Waarschijnlijk niet. Het is niet specifiek genoeg geformuleerd.

Beter zou zijn: Wilt u uw kind laten onderzoeken? Belt u ons voor een intake-afspraak. In dit eerste gesprek bespreekt u samen met de behandelaar hoe het verdere verloop van het onderzoek er uit kan zien.

Gebruik ook liever niet: “Klik hier”.

Dit is wel een oproep tot actie, maar hij is niet specifiek. Vertel liever wat je lezer kan verwachten als hij klikt.

Bijvoorbeeld: “Lees meer over mij op de pagina “Over [bedrijfsnaam]”.

3. BEPERK JE TOT ÉÉN CALL TO ACTION.

Als je meerdere calls to action doet, raakt je lezer in verwarring.
Bekijk het volgende voorbeeld maar:

Voorbeeld: Ik deel graag mijn kennis met jou. Heb je vragen? Stel ze gerust. Heb je suggesties? Ik hoor ze graag! Kom ook gerust eens langs op mijn blog.

Je lezer heeft de keuze uit te veel acties.
Met als gevolg dat hij niets doet...

4. HOUD HET KORT EN SIMPEL.

Maak een korte, duidelijke zin, zonder moeilijke woorden.

Je kunt directer zijn dan je misschien denkt.

Een gebiedende wijs werkt vaak heel goed zoals je kunt zien in de voorbeelden.

“Meld je nu aan voor de cursus.”

“Download onze productbrochure.”

“Schrijf je in voor de nieuwsbrief.”

5. GEEF URGENTIE AAN.

Waarom is het urgent om nu te reageren? Krijgt de lezer een cadeau, korting of bonus? Wat levert het op om direct te reageren?

De plaats van een oproep tot actie staat niet vast. Aan het eind van een tekst verwacht je hem in ieder geval. En op elke websitepagina moet er minimaal één staan.

Maar sommige lezers zijn al eerder overtuigd en hoeven niet je hele tekst te lezen om tot actie over te gaan. Dan is een (extra) oproep tot actie na je argumenten al op zijn plaats.

MEER TIPS?

[Volg @illgraffdesign op Twitter](#)

[Word fan op Facebook](#)