



**Zo maak je jouw LinkedIn-artikel  
aantrekkelijk**

# Pretty Pictures | Omslagfoto



**Kies een foto die aantrekkelijk is voor jouw volgers/doelgroep.**

Hou daarbij naast het onderwerp van je artikel ook je buyer persona in gedachten. Varieer eens met een gif, dit wordt naast een png of jpeg ook ondersteund. Het formaat is 1280 x 720 pixels.

# Prikkelende titel



Kies een prikkelende titel die uitdaagt door te klikken.  
Dit zijn populaire titelformules:

## **Begin met een getal:**

10 dingen die je nog niet wist over een VA

## **How to:**

Zo vind je de perfecte VA

## **Beroemdheden/fenomeen:**

Beyoncé verklapt: zonder VA was ik niet zo succesvol

## **Exclusiviteit:**

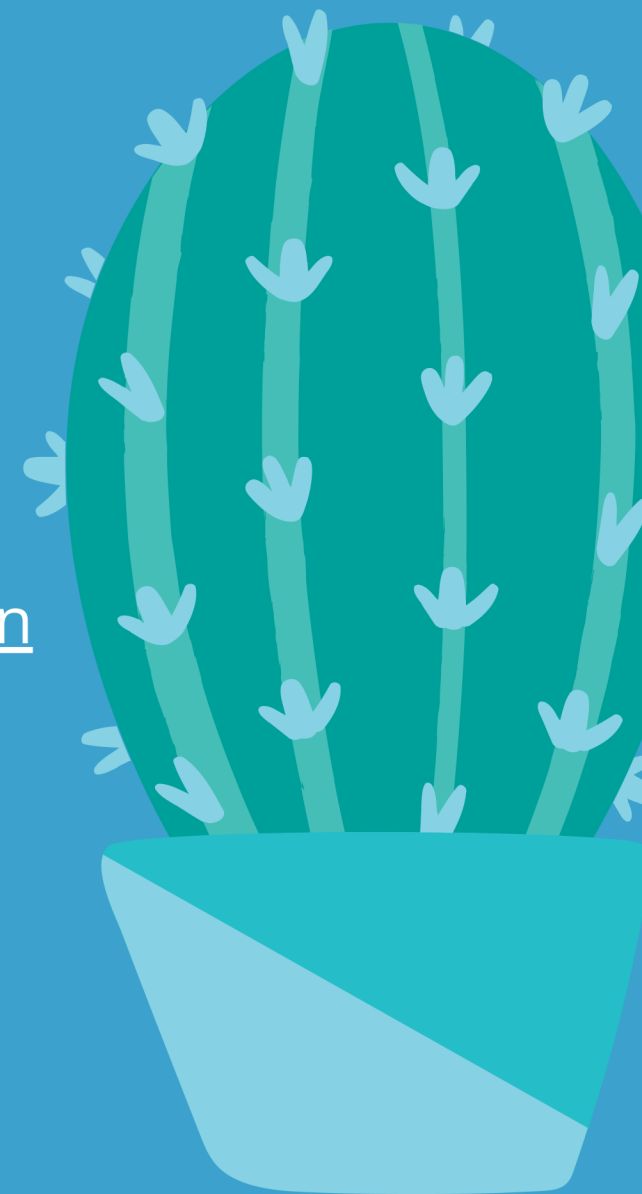
Het geheim van samenwerken met een virtueel assistent

## **Verdiepingstips (als je méér wilt):**

Zo schrijf je een onweerstaanbare onderwerpregel en 9 belangrijke adviezen voor het schrijven van supersterke blogtitels.



De header in combinatie met de kop bepalen grotendeels de trigger om door te klikken en te lezen.



# Doelgroep



**Bedenk voor je gaat schrijven voor welke doelgroep je jouw blog/artikel schrijft.**

Spreek die bijvoorbeeld rechtstreeks aan in je titel: Hey ondernemer, ken jij dit geheim van samenwerken met een virtueel assistent al?

# Gebruik de juiste zoekwoorden en hashtags



Ubersuggest

Moz Keyword Explorer

Answer the public

Yoast Google Suggest Expander

**Algemene tip:** verplaats je in de lezer. Welke woorden gebruiken ze om op zoek te gaan naar een bepaald onderwerp?

Een eenvoudige manier, ook geschikt voor inspiratie, is een zoekvraag intypen in Google. Scrol naar beneden tot je gerelateerde zoekopdrachten ziet staan.



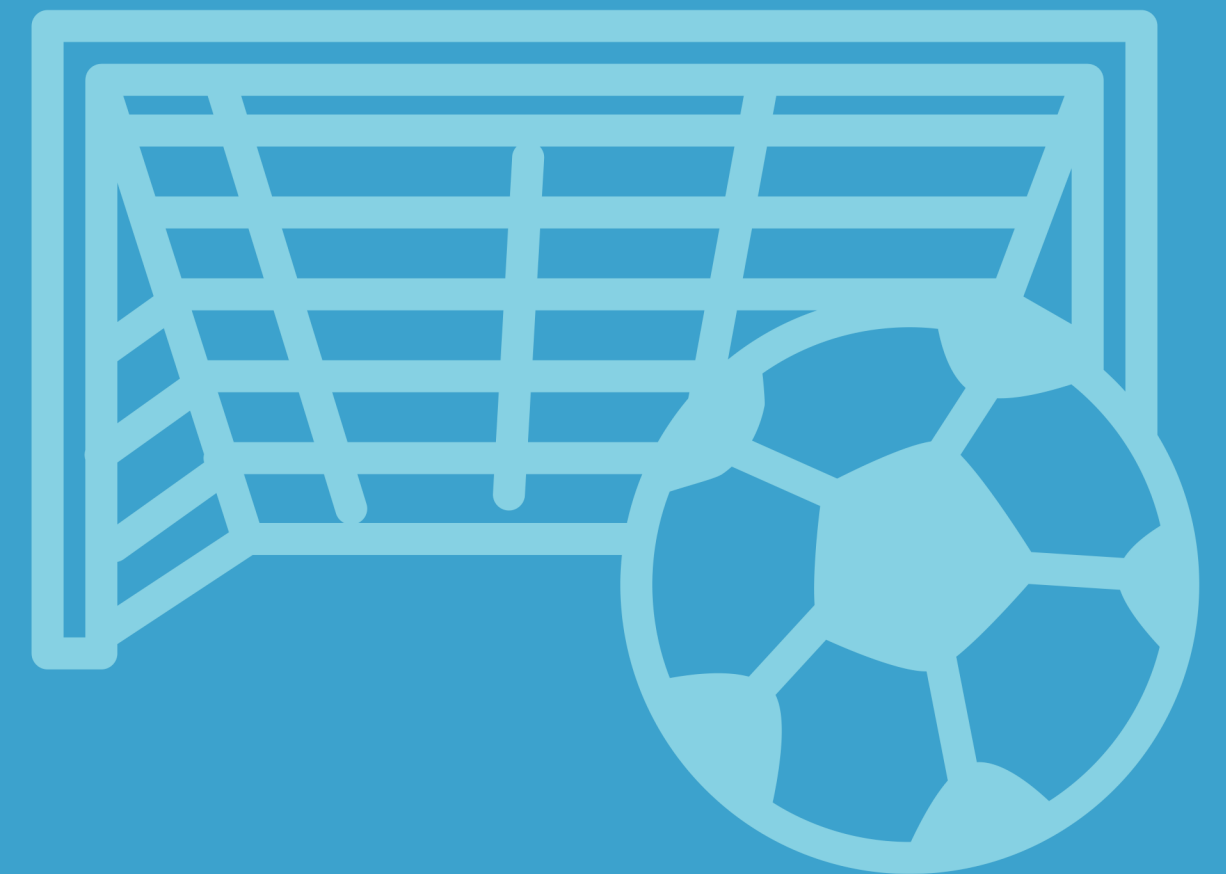
# Pak die aandacht | Inleiding



**Yes!**

**Je staat met 1-0 voor want er is doorgeklikt naar je artikel.**

We hebben blijkbaar een aandachtspanne van 8 seconden. Vertel dus gelijk in je inleiding wat ze gaan ontdekken in je blog. Bijvoorbeeld welk probleem je oplost of welke stelling je onderbouwt.



# Koppen



**Gebruik tussenkopjes (H2) om je tekst scanbaar te maken voor je lezer.**

De koppen zijn ook belangrijk voor Google om te snappen waar je artikel over gaat.

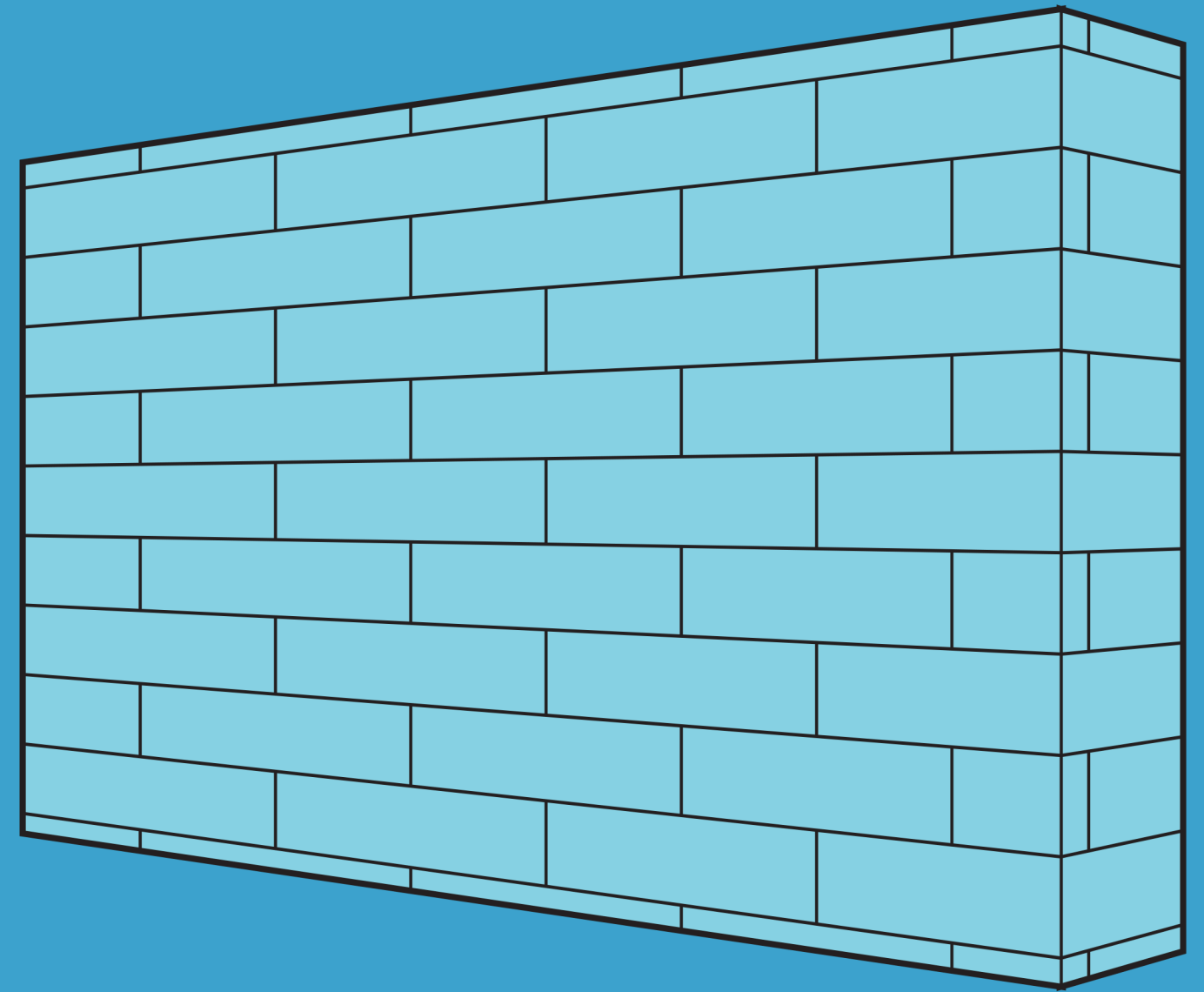
# Geen grijze muur



**Een tekst zonder witregels, afbeeldingen en koppen is zo aantrekkelijk als een grijze muur.**

Je moet wel bijzonder geïnteresseerd zijn wil je dat gaan lezen. Maak dus een onderverdeling van je tekst in alinea's. Onthoud: een alinea heeft maximaal 5 tot 6 regels. Dan komt er eerst een witregel, voor je de volgende alinea typt.

Probeer je alinea's ook ongeveer even groot te maken. Dan creëer je een prettige blad(beeldscherm)spiegel, die lekker wegleest.







# Schrijf actief



**Vermijd hulpwerkwoorden (worden, zullen, kunnen).**

Deze voegen zelden iets toe. Sterker nog vaak roepen ze vragen op of zwakken ze je tekst af. Op zoek naar aanvullende tips en sprekende voorbeelden? Lees dan het blog [Hulpwerkwoorden de prullenbak in en/of Actief schrijven.](#)

# Schrap!



## Haal weg wat niets toevoegt.

Dat maakt je tekst krachtig. Zelf gebruik ik de volgende techniek. Ik schrijf mijn blog zonder hierop te letten. Zo blijf ik lekker in een schrijfflow. Pas in tweede instantie haal ik overbodige woorden, zinnen en soms zelfs alinea's weg.

Het is veel moeilijker om een korte tekst te schrijven, maar voor je lezer véél prettiger.



# Leuk het op



**De eerdere tips hebben al veel effect op een aantrekkelijke vormgeving.**

Opleuken gaat ook door bijvoorbeeld wat extra afbeeldingen toe te voegen, een video, een grafiek of een quote.

# Call to action



**Reclame maken is een beetje not done op LinkedIn.**

Het draait vooral om het uitwisselen van kennis, opinies en ervaringen. Toch adviseer ik je ieder artikel met een call to action of een korte introductie van jezelf af te sluiten.

Sympathieke verwijzingen zijn gratis e-books; je e-maillijst of een passend aanbod.



# Reageer



**Besteed aandacht aan de reacties die je ontvangt op je artikel.**

Simpel met een like of een reactie terug. Roep gerust op in je artikel om het artikel te delen. Of lok aan het einde een reactie uit door een vraag te stellen. Hoe meer reacties je ontvangt, hoe beter je artikel wordt vertoond.

## **Negatieve reacties?**

Ook daar reageer je zichtbaar op. Schrijf bijvoorbeeld dat je telefonisch contact opneemt. Laat je niet verleiden tot een ellenlange discussie op het netwerk zelf.

# Samengevat:



- Omslag
- Prikkelende titel
- Doelgroep
- SEO
- Inleiding
- Koppen
- Bouw geen grijze muur
- Schrijf actief
- Schrap
- Leuk het op
- CTA
- Reageer

# Dankjewel!

De bedoeling van dit overzicht is dat je lekker snel aan de slag kunt om van jouw LinkedIn-artikel een hit te maken. Laat je me weten of het handig voor je werkt?

Liever uitbesteden?

Informeer naar de mogelijkheden

PS: misschien maak ik je ook blij met de checklist LinkedIn-profiel. Je downloadt de checklist hier

Zijn wij al gelinkt op LinkedIn?  
Let's Connect!

