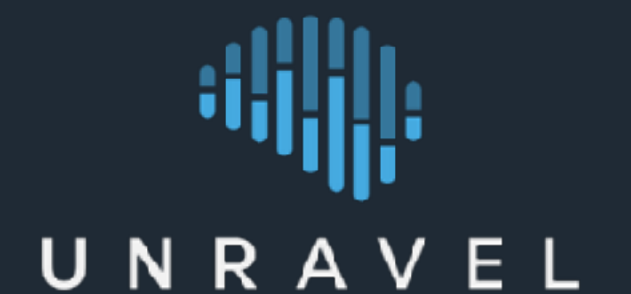
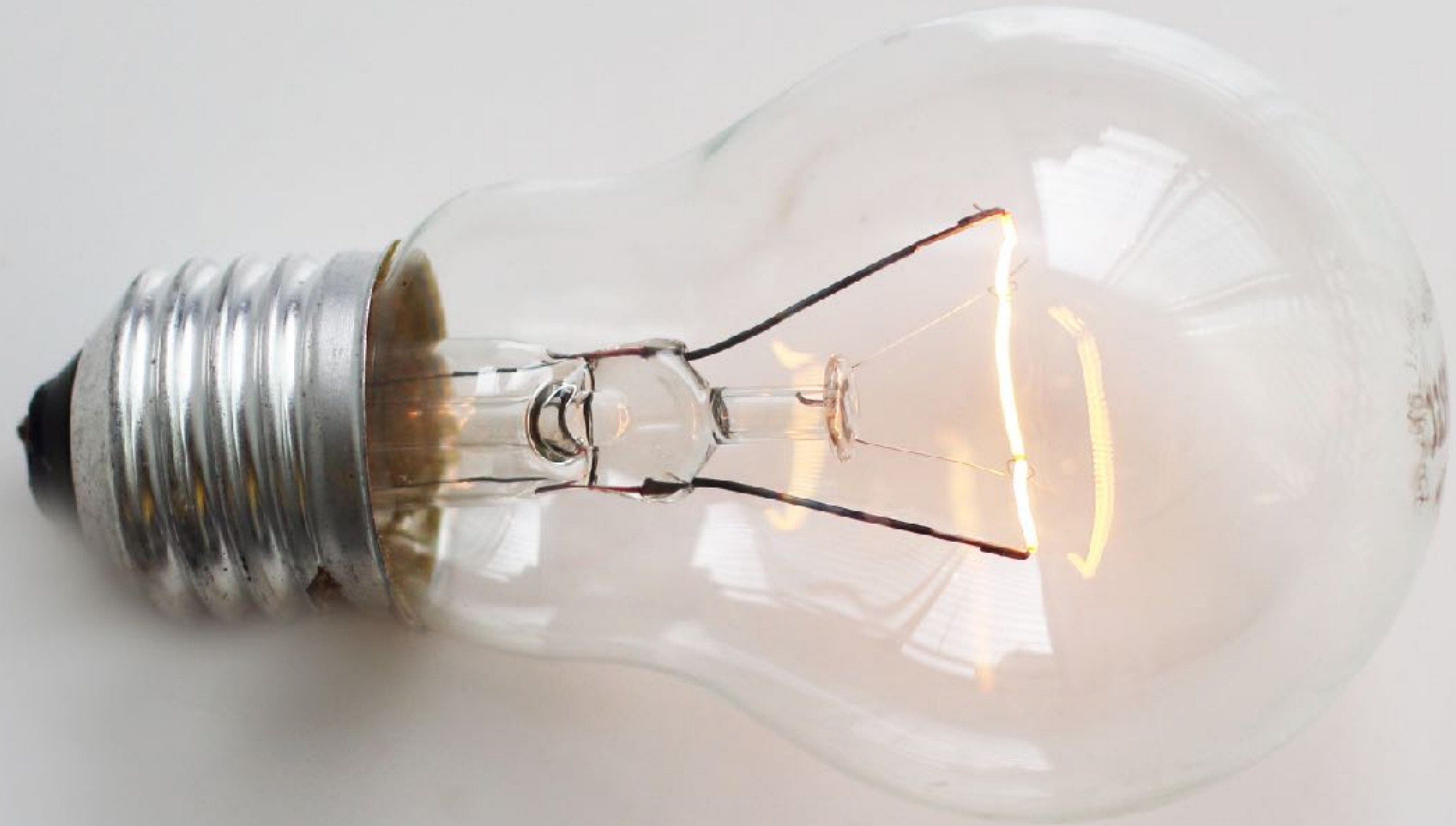




# Copywriting: zo verlaag je weerstand bij je lezer

Lunch-webinar

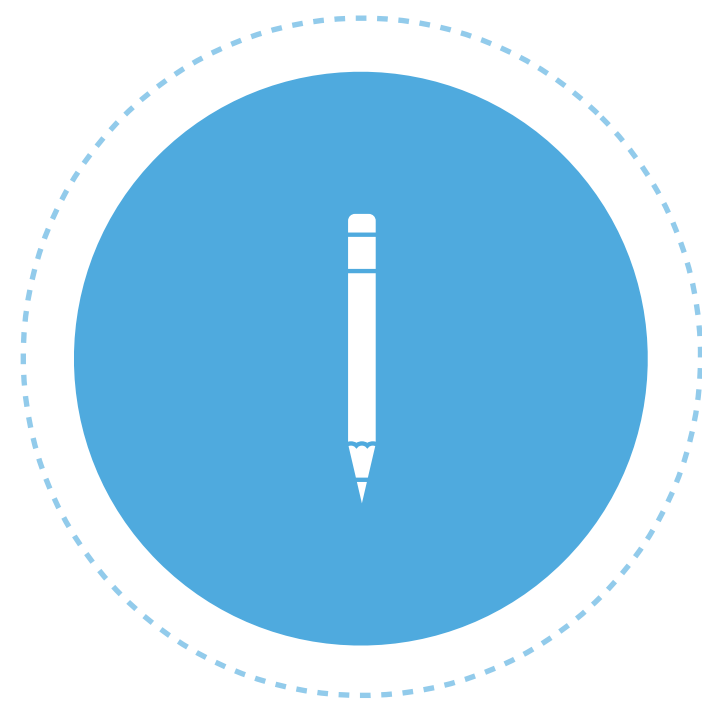






Copywriting: zo verlaag je weerstand bij je lezer

# Topics van vandaag



## **Introductie copywriting**

Waarom persuasieve  
copywriting?



## **Weerstand tegen het product of de dienst**

Wat kan je doen om dit te  
verlagen?



## **Weerstand tegen de communicator**

Concrete technieken, direct  
toepasbaar

Waarom maken slimme copywriters gebruik van psychologie in hun teksten?

---

**95%**

**System 1**

Snel  
Onbewust  
Intuitief



**5%**

**System 2**

Traag  
Bewust  
Doordacht

**95%**

**Systeem 1**

Snel

Onbewust

Intuitief



**5%**

**Systeem 2**

Traag

Bewust

Doordacht

**Houdt ons brein ons  
voor de gek?**



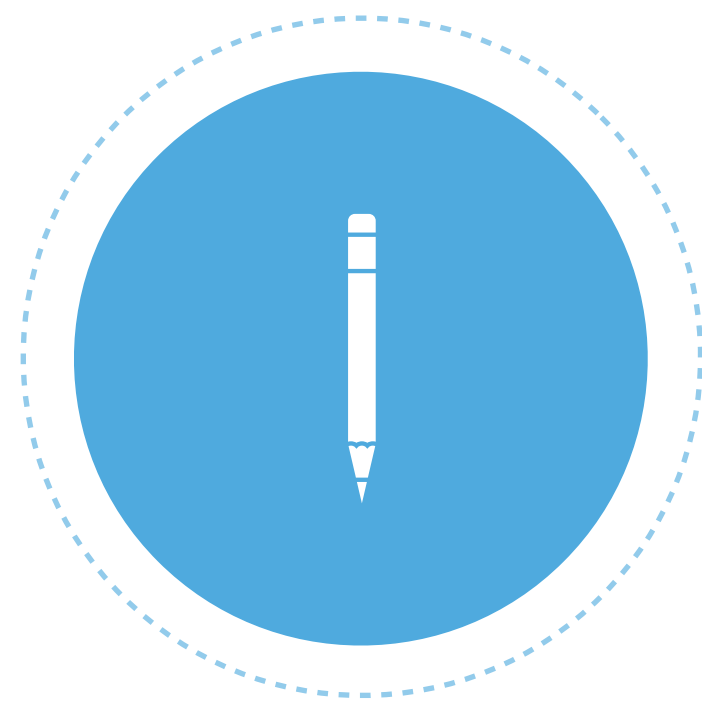






Copywriting: zo verlaag je weerstand bij je lezer

# Topics van vandaag



## **Introductie copywriting**

Waarom persuasieve  
copywriting?



## **Weerstand tegen het product of de dienst**

Wat kan je doen om dit te  
verlagen?



## **Weerstand tegen de communicator**

Concrete technieken, direct  
toepasbaar

## Geef een nieuwe definitie aan je aanbod

---

- Wat zorgt mogelijk voor weerstand?
- Kun je dit zo twisten zodat het belangrijk - of zelfs positief - wordt?
- We hebben X niet, omdat we onze focus hebben gelegd op Y.

## Kies voor zelfstandige naamwoorden

---

Mensen hebben een weerstand tegen te veel bijvoeglijke naamwoorden

- **Ons professionele team.**
  - Ons team van professionals.
- **Deze innovatieve techniek.**
  - ...
- **Het lekkere eten.**
  - ...

Lekkere  
Fantastische  
Professionele  
Innovatieve  
Betere



## Versimpel

---

*Soms bestaat er weerstand omdat een product moeilijk lijkt in gebruik.*

“Repareer je eigen tv”

“Het is simpel, snel en makkelijk”  
**ongeloofwaardig**

Weerstand: Ik kan niet repareren



## Versimpel

---

*Soms bestaat er weerstand omdat een product moeilijk lijkt in gebruik. Gebruik dan het volgende stappenplan:*

1. Vergelijk product met iets herkenbaars
2. Omschrijf de problemen die jouw product of dienst kan oplossen als klein (zodat het makkelijker lijkt dit op te lossen)
3. Maak duidelijk dat simpele, kleine handelingen voldoende zijn om deze problemen op te lossen.

## Versimpel

---

1. Je kunt je TV vergelijken met het menselijk lichaam. Je lijf geeft jou waarschuwingssignalen voordat er echt iets mis gaat. Dit is met je TV net zo. Zo merk je bij je TV bijvoorbeeld...
2. Goed om te weten is dat - wanneer je de kennis hebt - je deze symptomen in de vorm van kleine gebreken gemakkelijk kunt oplossen. Zo voorkom je dat er echt iets stuk gaat.
3. Met enkele simpele stappen zorg je ervoor dat die reparateur niet meer nodig is.

## Disrupt then reframe

---

Een boodschap met kleine twist

Disruption van iets wat we kennen



Statement

*"Deze koekjes kosten 300 cent"*

*"Da's 3 euro! Het is een topdeal!"*

## Disrupt then reframe

---

Verwarring maakt de volgende zin overtuigender

**Doel:** verminder tegenargumenten

**Middel:** afleiding



## Disrupt then reframe

---

### **Ander format van een prijs**

... Centen in plaats van euro's  
"Anderhalf biertje per dag" in plaats van  
"€3,60"

### **Ander format van woorden**

"Halfcakes" in plaats van "Cupcakes"  
"Wij vergoeden de bezorging van ons naar  
jou" in plaats van "Gratis verzendkosten"



## Presenteer vanuit een nieuw perspectief

---

Is er weerstand naar je aanbod? Presenteer het dan eens vanuit een ander perspectief.

**Voorbeeld:** Je verkoopt een nieuwe kopieermachine

**Weerstand:** Die we hebben doet het prima

## Presenteer vanuit een nieuw perspectief

---

Zou jij een medewerker tolereren die andere medewerkers tegenwerkt, kantoorbenodigdheden verspilt, professionele hulp nodig heeft en er een gewoonte van maakt om onaangekondigd vakantie te nemen?

Nee? Ontsla dan je kopieermachine.

## Presenteer vanuit een nieuw perspectief

---

"Doneer eenmalig een klein bedrag en red een leven"

*Save the children campagne 1991:*

"Sla een lunch over en red een leven"

**Resultaat:** meer dan 10 miljoen dollar & een IPA effectiveness award



**Save the  
Children**

# Tackle mogelijke obstakels

Chrysler, pronounced as though spelled Cry-Sler



The Chrysler Six Phaeton weighs 2740 pounds, ready for the road.

### How the Chrysler Six Establishes New Ideals of Ease and Stability

By going back to fundamentals, Chrysler engineers have literally absorbed previous ideals of motor car solidity and riding comfort.

The overall length of the Chrysler Six is 160 inches. It conveniently adapts itself to the ordinary city parking space. Yet it provides generous room for five large adults. It rides so smoothly you can drive in comfort up to 50 m. p. h. over a rutted road.

Yet you can drive it 40-70 miles an hour without the usual clanking of the steering wheel, without sideway and road weaving.

It took three years for Chrysler engineers to work out all of the seven fundamentals of Chrysler riding ease and reliability.

First, they brought the center of gravity closer to the road by scientific chassis layout.

Then they perfected a new, scientific Chrome-Molybdenum tubular axle, with 34 per cent greater rigidity, or static strength, than an I-beam axle of the same weight over five times the resistance to horizontal strains fore and aft. Its resistance to torsion, or twisting, strain is 135 per cent greater.

The greater rigidity of this new axle makes steering infinitely easier, riding infinitely smoother.

The next step was to distribute the weight of the car to keep the whole chassis in perfect balance at even highest speeds.

Then a new spring mounting was devised. Chrysler Six springs are mounted close to the hubs and parallel to the wheels. That eliminates sideway. You can actually drive the Chrysler around turns at 50 miles an hour.

To make the riding ease exceptional, the springs are scientifically balanced—thin Chrome Vanadium leaves of precisely the right length and number to enable you even a bump that usually hurls you out of the seat.

The great spring companies say that Chrysler has accomplished the perfect spring action they have been seeking for years.

In addition, all these features of comfort are supplemented by tires of extraordinary size.

The result of these engineering advances is that the Chrysler Six flattens down to the road like a greyhound, and runs steadily as an express train.

To these special improvements, Chrysler has added two others—

Special steering, with ball thrust bearing on the king pins, so there is no more strain handling your Chrysler at 65 than at 35.

Chrysler-Lockheed four-wheel brakes, with perfect hydraulic equalization, so that your Chrysler is always under control.

Test the Chrysler Six for yourself. Then you'll understand why this already famous quality light six is literally revolutionizing modern car design.

Fourty Six, \$1385; Phaeton, \$1585; Roadster, \$1525; Sedan, \$1525; Business, \$1275; Six-Door, \$1195. All taxes (incl. license) extra.

CHRYSLER MOTOR CORPORATION, DETROIT, MICHIGAN

## The Chrysler Six

Pronounced as though spelled, Cry-Sler

## Tackle mogelijke obstakels

---

- **Restaurant midden in de stad** "U kunt bij ons om de hoek parkeren"
- **Aankoop nieuwe computer:** "De installatie is simpel. U heeft hier geen technische ondersteuning voor nodig"
- **Dienst:** "We maken vooraf duidelijke prijsafspraken zodat u niet voor verrassingen komt te staan"

# De Psychologie van Copywriting

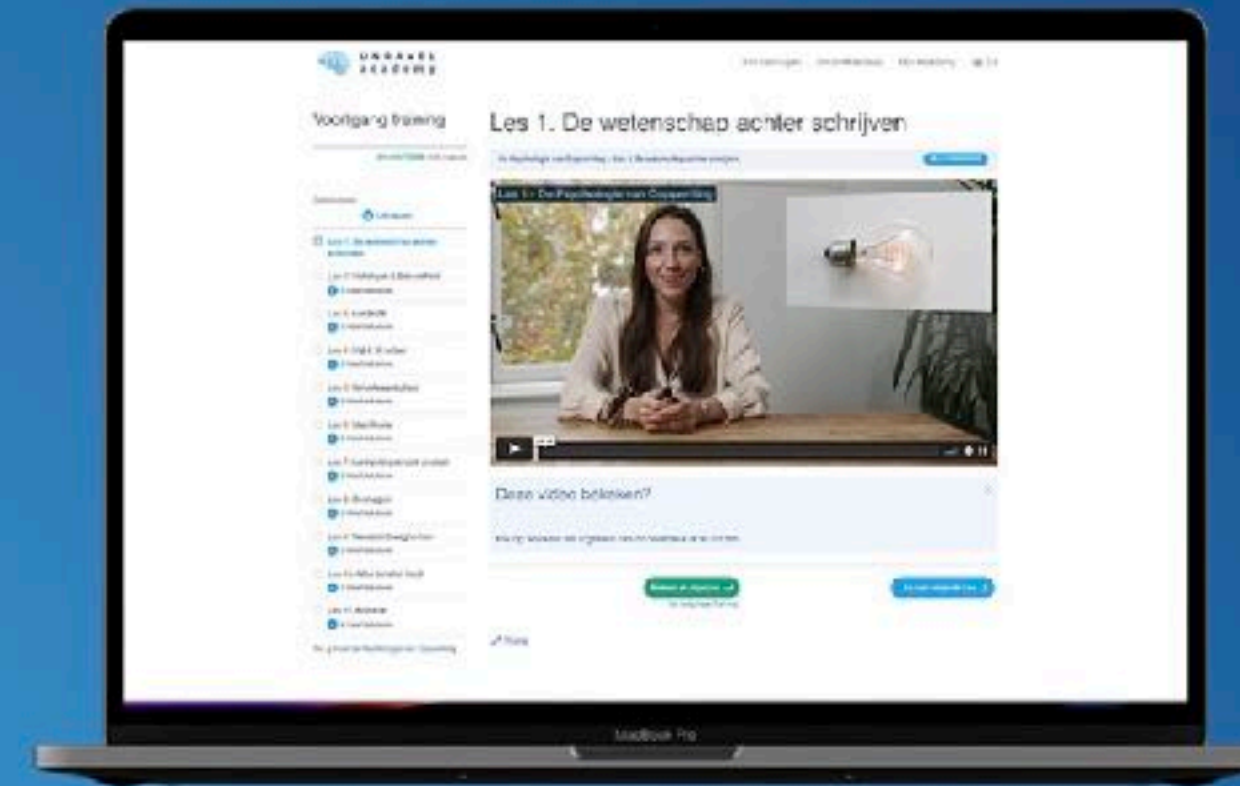
👤 Altijd online toegang tot 11 lessen met alles over copywriting  
👉 Nu voor maar €~~397~~ 198,50 (excl. BTW)

- ✓ Na deze training schrijf jij teksten die overtuigen en verkopen
- ✓ Leer meer dan 150 direct toepasbare psychologische technieken
- ✓ Zet je lezers aan tot actie, wat je doel ook is

> **Yes, ik wil direct toegang**

» Gratis preview van de eerste les

*Volg de online training  
waar en wanneer je wilt*



Alleen Vandaag **50% korting**

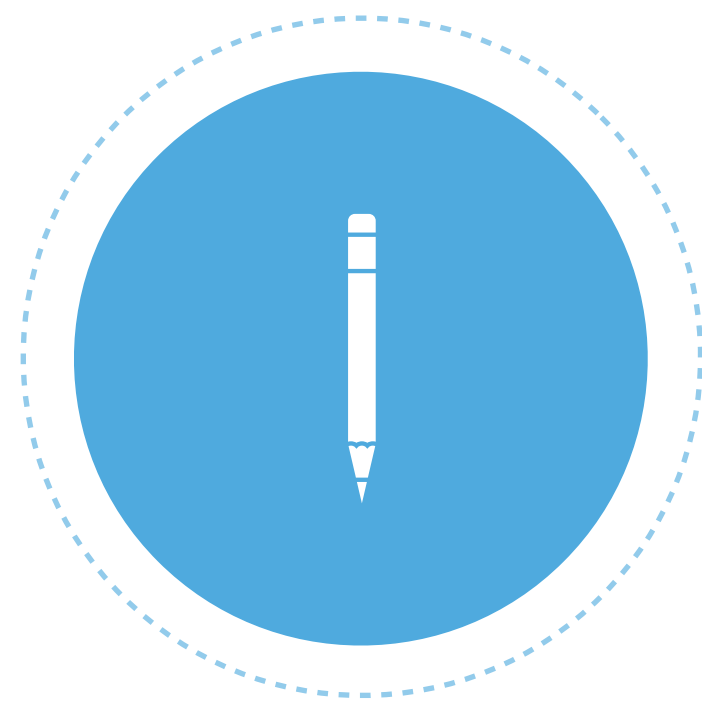
Ga naar **[www.unravelacademy.com](http://www.unravelacademy.com)**





Copywriting: zo verlaag je weerstand bij je lezer

# Topics van vandaag



## **Introductie copywriting**

Waarom persuasieve  
copywriting?



## **Weerstand tegen het product of de dienst**

Wat kan je doen om dit te  
verlagen?



## **Weerstand tegen de communicator**

Concrete technieken, direct  
toepasbaar

## But you are free to



Clickable Empowers Your Search Marketing. Making You Faster, Smarter & Profitable!

Clickable makes it easy for advertisers and agencies to manage pay-per-click (PPC) performance across all major advertising networks.

**SOME OF OUR MOST POPULAR FEATURES INCLUDE:**

- USER-FRIENDLY & INTUITIVE INTERFACE**  
Manage (PPC) Performance Across All Major Networks
- ACCOUNT MANAGEMENT & CUSTOMER SERVICE**  
Succeed With Live Help and Assist Program
- SIMPLE & FAST INTEGRATION**  
Set Up Your Network Accounts Instantly
- SINGLE PIXEL TRACKING**  
Track Conversions Across All Networks
- PERFORMANCE BASED RECOMMENDATIONS**  
Profit More With Account Performance Recommendations
- POWERFUL REPORTING & BULK EDITING**  
Interactive Reporting & Fast Bulk Editing

**15 Day Trial**

First Name:

Last Name:

Phone Number:

Email Address:

Company:

**SIGN-UP**

Or call: **877-775-6699**  
\*Call Free to speak with a Product Support Specialist

PPC Day-Parting Tool

Day-parting allows advertisers to control costs and ensure that ads are shown during crucial high-converting time periods. Clickable offers an intuitive day parting feature that helps advertisers run ads only when it drives profit for their business.

Suppose you own a business with a call center, but your reps are only available during normal business hours, or your ads accrue costs but no conversions during certain times of the day. With day-parting enabled, you can ensure ads are turned off during under-performing hours of the day, and activated when they're most likely to drive profit.

CLICKABLE EMPOWERS YOUR SEARCH MARKETING.   

About Us | Contact Us | Team | Press Releases | In The News | Jobs Us | Partners | Terms & Conditions | Privacy Policy

Copyright © Clickable Inc. All Rights Reserved.



Clickable Empowers Your Search Marketing. Making You Faster, Smarter & Profitable!

Clickable makes it easy for advertisers and agencies to manage pay-per-click (PPC) performance across all major advertising networks.

**SOME OF OUR MOST POPULAR FEATURES INCLUDE:**

- USER-FRIENDLY & INTUITIVE INTERFACE**  
Manage (PPC) Performance Across All Major Networks
- ACCOUNT MANAGEMENT & CUSTOMER SERVICE**  
Succeed With Live Help and Assist Program
- SIMPLE & FAST INTEGRATION**  
Set Up Your Network Accounts Instantly
- SINGLE PIXEL TRACKING**  
Track Conversions Across All Networks
- PERFORMANCE BASED RECOMMENDATIONS**  
Profit More With Account Performance Recommendations
- POWERFUL REPORTING & BULK EDITING**  
Interactive Reporting & Fast Bulk Editing

**15 Day Trial**

First Name:

Last Name:

Phone Number:

Email Address:

Company:

**SIGN-UP**

Or call: **877-775-6699**  
\*Call Free to speak with a Product Support Specialist

PPC Day-Parting Tool

Day-parting allows advertisers to control costs and ensure that ads are shown during crucial high-converting time periods. Clickable offers an intuitive day parting feature that helps advertisers run ads only when it drives profit for their business.

Suppose you own a business with a call center, but your reps are only available during normal business hours, or your ads accrue costs but no conversions during certain times of the day. With day-parting enabled, you can ensure ads are turned off during under-performing hours of the day, and activated when they're most likely to drive profit.

CLICKABLE EMPOWERS YOUR SEARCH MARKETING.   

About Us | Contact Us | Team | Press Releases | In The News | Jobs Us | Partners | Terms & Conditions | Privacy Policy

Copyright © Clickable Inc. All Rights Reserved.

↑

# 98%

+ But you are free to..

## But you are free to

---

- Gevoel van keuzevrijheid is ontwapenend
- Kan in verschillende vormen: bij CTA of indirect

### **Bij een harde Call to Action**

*... Maar de keuze is geheel aan u."*

### **Indirect**

*"Maak een afspraak. Bij ons kantoor of op een locatie van uw voorkeur. U bepaalt."*

## But you are free to

---

Onze app is perfect voor jou omdat hij makkelijk is in het gebruik.

Je kunt nu twee pizza's voor de prijs van één bij ons bestellen. Die topdeal kan je niet laten gaan.

Onze app is makkelijk in het gebruik. Beslis zelf of het wat voor je is.

Je kunt nu twee pizza's voor de prijs van één bij ons bestellen. Zeg het maar: wil je van deze topdeal gebruik maken?



## Noem de concurrent

---

- Doe je dit niet? Dan zullen je lezers zelf op zoek gaan
- Alleen al door te zoeken zal jouw aanbod als minder aantrekkelijk worden bevonden
- Doe je dit wel? Dan voorkom je dat lezers zelf gaan zoeken
- “Al het onderzoek is voor mij gedaan”

## Noem de concurrent



eye tracking

### Eye tracking onderzoek: Waar in Nederland?

[f share](#) [t tweet](#) [in share](#)

Ontvang als eerste onze laatste blogs:

[Ik wil updates!](#)

Ben je op zoek naar een marketingbureau gespecialiseerd in Eye Tracking? Op deze pagina vind je een overzicht van de beste Nederlandse Eye Tracking onderzoeksbureaus. Daarnaast staat er een overzicht bij van waarvoor de eyetracking wordt gebruikt. Uiteraard vind je [Unravel Research](#) ook terug in het overzicht.

## Vertel een verhaal

---

“Rijden onder invloed is gevaarlijk. Stap nooit met alcohol op achter het stuur”

**VS.**

“Door een dronken bestuurder verongelukten vorige week twee kinderen. Stap nooit met alcohol op achter het stuur ”

## Vertel een verhaal

---

### Waarom werkt het?

- Verhalen bevatten sterke *emotionele plaatjes*
- Met een verhaal kun je *feiten in een herkenbare context* voor de lezer plaatsen
- Verhalen laten mensen *nadenken over de voorbeelden*, niet over bewijs
- Verhalen vallen niet de overtuigingen van mensen aan waardoor zij *minder geneigd zijn in discussie te gaan*



## Vertel een verhaal

---

- o Ik zou je aanraden een aansprakelijkheidsverzekering af te sluiten. Doe je dit niet dan kan je nog weleens in de penarie komen.
- o Een collega van mij veroorzaakte een ongeval tijdens het klussen. Hij was niet verzekerd en zit nu tot over zijn oren in de schulden. Ik zou je aanraden een aansprakelijkheidsverzekering af te sluiten.



## Weerstand erkennen

---

- Is er een sterke weerstand?  
Noem 'm!
- Het noemen van een tegenwerping werkt ontwapenend

### Heel straightforward

- "Ik weet dat u het er niet mee eens bent, maar..."

### Indirecter

- "Dit klinkt misschien wat onverwachts, maar..."

## Geef mensen een vijand

---

- Botst je boodschap met de mening van je doelgroep? Geef hen dan een simpele goed-fout regel. Herhaal.
  - Het idee van 'de strijd aangaan' voelt goed
- "Vetten zijn niet de boosdoener, maar de koolhydraten.
  - "Versla de pijn met Advil"
  - "Een sterke lichaamsgeur vraagt om een sterke zeep"

## Geef mensen een vijand

---

- A-merk schoonmaakmiddel.  
**Weerstand** = te duur
  - B-merk schoonmaakmiddel  
**Weerstand** = Zou het wel werken?
- "Goedkope merken krijgen dit nooit schoon"
  - "Verspil niet langer onnodig geld aan dure merkproducten. Deze werken niet beter maar kosten het dubbele."



## Samengevat:

- **Weerstand tegen het product**

1. Geef je aanbod een nieuwe definitie
2. Gebruik zelfstandige naamwoorden
3. Versimpel
4. Disrupt-then-reframe
5. Presenteer in een ander perspectief
6. Tackle mogelijke obstakels

- **Weerstand tegen de communicator**

1. Benadruk keuzevrijheid
2. Noem de concurrent
3. Vertel een verhaal
4. Erken weerstand
5. Geef mensen een vijand

# De Psychologie van Copywriting

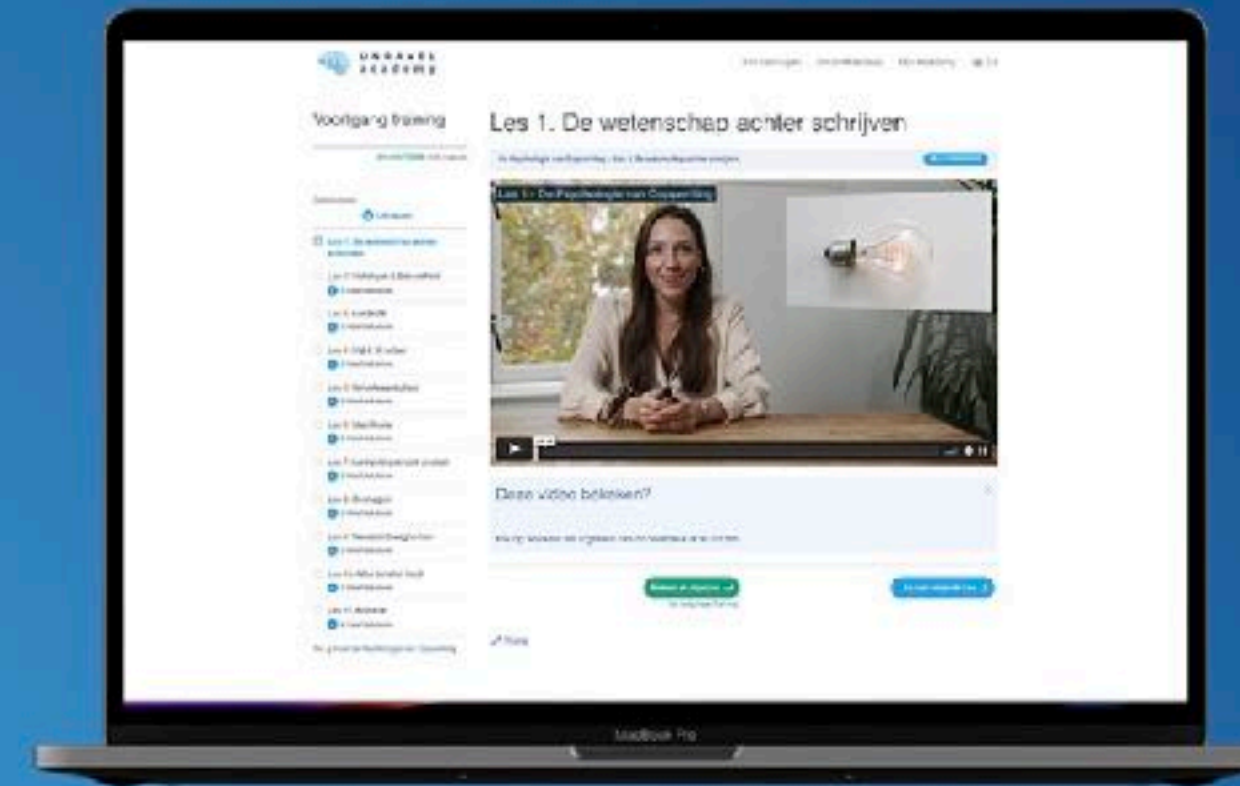
👤 Altijd online toegang tot 11 lessen met alles over copywriting  
👉 Nu voor maar €~~397~~ 198,50 (excl. BTW)

- ✓ Na deze training schrijf jij teksten die overtuigen en verkopen
- ✓ Leer meer dan 150 direct toepasbare psychologische technieken
- ✓ Zet je lezers aan tot actie, wat je doel ook is

> **Yes, ik wil direct toegang**

» Gratis preview van de eerste les

*Volg de online training  
waar en wanneer je wilt*



Alleen Vandaag **50% korting**

Ga naar [www.unravelacademy.com](http://www.unravelacademy.com)

# Take-Aways: Copywriting: zo verlaag je weerstand

---

- ✓ **Maak je gebruik van psychologie om je teksten te verbeteren?**

Mensen zijn irrationeel, psychologische technieken zijn zeer effectief

- ✓ **Verlaag de weerstand tegen je aanbod.** Zet je de juiste techniek

in op het juiste moment?

- ✓ **Weerstand tegen de communicator?** Voorkom weerstand bij de lezer

en maak impact met je teksten.

## Wil jij ook overtuigender leren schrijven?

### Speciaal aanbod als bedankje.

- ✓ Cheat Sheet Copywriting Secrets **t.w.v. 97 euro**
- ✓ One Pagers Copywriting lessen **t.w.v. 147 euro**
- ✓ Copywriting Training: ruim 5u video + levenslange toegang + direct toepasbare technieken + oefeningen + certificaat: **297 euro.**



**Totaal= €541,00 euro**

Nu voor jou voor: 297,-

Jij krijgt:  
**€244,00 euro**  
**Korting**