

## 10 tips voor uw corporate magazine

Voor een goed en effectief corporate magazine is niet één standaardrecept te geven. Hetzelfde geldt voor nieuwsbrieven en elektronische nieuwsbrieven. Iedere organisatie is immers anders, elke doelgroep is anders, elk budget is anders. Maar toch zijn er een aantal richtlijnen die hun waarde voor mijn opdrachtgevers de afgelopen jaren hebben bewezen.

1. **Wees kort.** Korte koppen, korte teksten, korte zinnen. Ga uit van de stelregel: van een te lange tekst kan meestal de helft worden geschrappt. Van een tekst die op lengte lijkt, kan vaak nog een kwart worden gemist, zonder inhoudelijke aanpassingen. Geen enkel artikel hoeft eigenlijk langer te zijn dan 1000 woorden, en ook in 200 of 400 woorden kan al veel worden gezegd.
2. **Wees duidelijk.** Gebruik geen ingewikkelde begrippen of vage termen. Bedenk: hoe zou De Telegraaf dit brengen? Wat je ook van die krant vindt, het is altijd duidelijk wat de redactie bedoelt. Vermijd ook algemeenheden en jargon. Een interview met als kop 'Wij willen maatwerk leveren' gaat niemand lezen. Een tussenkop als 'Eindevaluatie' maakt niemand nieuwsgierig.
3. **Zorg voor een aantrekkelijke presentatie.** Kies een goede fotograaf en zorg ervoor dat deze de tijd krijgt om de geïnterviewde op een flatteuze manier te fotograferen. Bij voorkeur in een context die met het gespreksonderwerp te maken heeft.
4. **Maak duidelijk wie de afzender is, maar overdrijf niet.** Het logo en de naam van de organisatie staan prominent, maar niet al te nadrukkelijk op de eerste pagina van de uitgave. Hierover kan dus geen misverstand bestaan. Je blad kost geld, het is zonde als de lezers niet in de gaten hebben dat het van jou afkomstig is.
5. **Wees kritisch, ook over jezelf.** Laat mensen aan het woord die commentaar hebben op je bedrijfsvoering en stellingnamen. En leg uiteraard altijd uit waarom je doet wat je doet, of wat je van plan bent te doen om eventuele fouten goed te maken.
6. **Doe niet geforceerd leuk.** Woordspelingen in koppen werken vaak averechts, en naamgrappen zijn uit den boze. Als je een cartoonist inschakelt, neem dan een goeie, ook de landelijk bekende tekenaars zijn vaak heel betaalbaar. Kies in geen geval voor iemand uit de eigen organisatie. Vaak zijn deze grappen erg flauw, en het is tegen een collega moeilijk om dat te zeggen.
7. **Zet verplichte nummers op een linkerpagina.** Denk dan bijvoorbeeld aan een voorwoord van de baas met een te hoog enerzijds/anderzijdsgehalte. Linkerpagina's worden veel minder goed gelezen dan rechterpagina's.
8. **Wees persoonlijk.** Elk onderwerp van een artikel heeft concrete gevolgen voor echte mensen: uitvoerders en mensen die het ondergaan. Laat hen aan het woord.
9. **Laat geen middel onbenut om je boodschap duidelijk te maken.** Niet alleen koppen en intro's, maar ook fotobijschriften en tussenkoppen zien lezers in één oogopslag. Op grond daarvan besluiten ze: dit ga ik lezen of niet.
10. **Bedenk: je voert een strijd om de aandacht van de lezer.** Hij of zij heeft je blad opengeslagen en kan het elk moment weer dichtslaan. Zorg ervoor dat dat niet gebeurt.

En nog een bonustip: **maak lijstjes met tips.** Leuk om te lezen, en leuk om te maken!