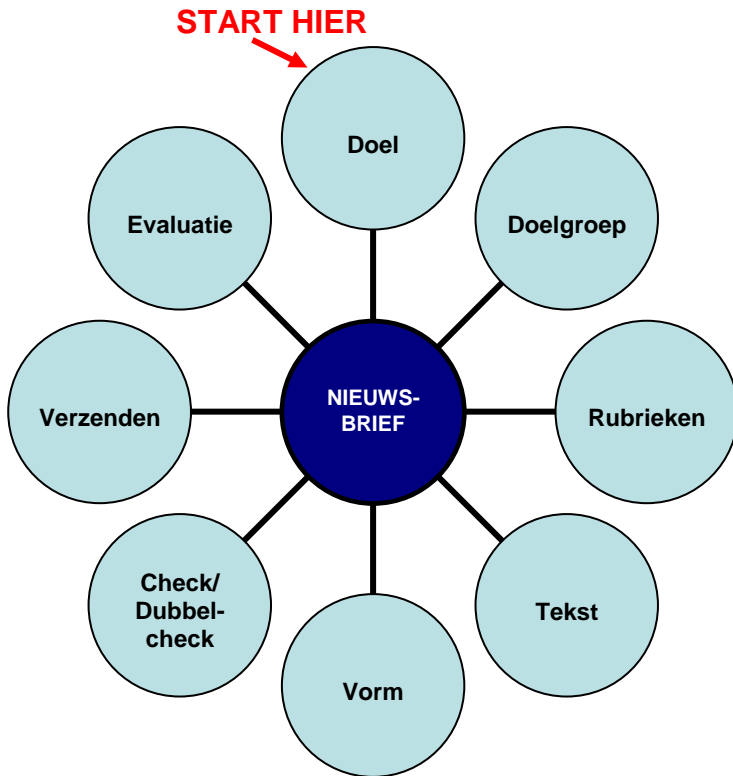


Stappenplan en checklist voor het schrijven/opstellen van een nieuwsbrief



Als je een nieuwsbrief maakt is het belangrijk dat je de verschillende fases doorloopt zodat je duidelijkheid creëert en geen zaken vergeet. Hieronder staan deze fases uitgebreid omschreven.

Doel:

Bepaal het doel van je nieuwsbrief altijd vooraf – zodat je duidelijker de inhoud van je nieuwsbrief kunt bepalen. Stel jezelf de volgende vragen:

- Is het alleen informeren van de achterban of ook gebruiken voor fondsenwerving en als gebedsbrief?
- Wat wil je met de nieuwsbrief bereiken?
- Welke plaats neemt de nieuwsbrief in in de totale communicatie (denk aan blogs, presentaties etc. etc.)
- Bij het doel moet je ook bepalen wat jouw doel/deel is met betrekking tot de nieuwsbrief – doe je de layout, schrijf je alleen bepaalde berichten? Of zet je de hele nieuwsbrief in elkaar...? (Let op: geen nieuwsbrief zonder redactie; houdt als stelregel dat nooit één persoon de nieuwsbrief schrijft en verzend, laat altijd iemand anders nog naar de nieuwsbrief kijken, wees kritisch).

Doelgroep:

Stem de inhoud van je nieuwsbrief waar mogelijk af op je doelgroep. Stel jezelf de volgende vragen:

- Wie ontvangt de nieuwsbrief? (Gemeenteleden/vrienden/familieleden/bekenden/bedrijven – kijk of het nuttig is om misschien twee verschillende versies uit te geven of om je meer op een bepaalde doelgroep te richten)
- Wat zijn de interesses, vragen en problemen van de doelgroep? Kun je daar op inspelen?

Rubrieken

Veel van deze rubrieken zijn optioneel – wees creatief en kijk wat het beste aansluit bij jouw doelgroep/nieuwsbrief – hou ook in de gaten of het allemaal haalbaar is:



TFC-TRAININGSDAG 2009 WORKSHOP "NIEUWSBRIEF ALS MOTIVATOR"

- Voeg in ieder geval een persoonlijk verhaal toe! (een verslag van de zendingswerker of van het werk dat hij/zij doet, "een dagje uit het leven van", een project, iemand uit 't zendingsland aan 't woord – wees creatief).
- Je zou een thema kunnen kiezen voor je nieuwsbrief, dit is origineel en houdt 't vaak overzichtelijk, nadeel hiervan is dat als dit thema de lezer niet interesseert ze gauw op de brief zijn uitgekeken. (Ook vice versa)
- Dank- en gebedspunten.
- Foto's (vaak is het gewenst er een beschrijving bij te zetten)
- Colofon met adresgegevens van de zendingswerker, TFC, bankrekeningnummer, organisatie etc.
- Mogelijkheid tot aan- en afmelden van de nieuwsbrief
- Feiten of verhalen uit 't zendingsland
- Bijbelstudie of meditatie (wees voorzichtig hiermee en kijk of het verband houdt met wat de zendingswerker doet; dat is immers het belangrijkste van zo'n nieuwsbrief. Mensen hebben zich vaak niet aangemeld voor een nieuwsbrief van een zendingswerker om bijbelstudies te ontvangen).
- Financieel verslag (houdt dit kort, als je het uitgebreider wilt doen – zou ik dit apart van de nieuwsbrief doen)
- Uit (het leven van) de TFC of familie (of andere bekenden van de werker)
- Boek- of cd-recensie die met het zendingsland of met de zending te maken heeft (werkt het best als de zendingswerker of de TFC dit boek of deze cd ook daadwerkelijk zelf gelezen/beluisterd/gezien heeft).
- Recept uit het land van de werker
- Bedankjes aan de achterban/lezers voor hun support/gebed/ondersteuning etc.
- Als er veel jeugdige lezers zijn: een kleurplaat of puzzel in het kader van het zendingsland

Tekst

- Zijn de teksten opgebouwd om snel te scannen? (Belangrijkste info bovenaan, korte prikkelende teksten/titels, eenvoudig taalgebruik, gebruik van kopjes, gebruik van kolommen etc.)
- Geef je nieuwsbrief een "nummer" en vermeld altijd de datum.
- Gebruik een rustig lettertype en houdt zoveel mogelijk dit lettertype aan voor de hele brief.
- Wie corrigeert de teksten? Bewaakt de deadline? Wie schrijft? Wie controleert op spelfouten?
- Hoeveel woorden zijn er beschikbaar per rubriek?
- Heb je afkortingen gebruikt? Zo ja, heb je die de eerste keer voluit geschreven/verduidelijkt?

Vorm/Vormgeving

- Wordt de nieuwsbrief gedrukt of gekopieerd? (denk aan een sponsordeal met de plaatselijke drukkerij of copyshop) Of verzend je de nieuwsbrief alleen via de e-mail?
- Gebruik je Microsoft word/publisher of een heel ander programma? Als je geen expert bent/hebt op het gebied van vormgeving, houdt de nieuwsbrief dan zo eenvoudig en rustig mogelijk.
- Foto's – zorg dat je goede kwaliteitsfoto's hebt en ga na of je deze foto's wel mag gebruiken (copyright, privacy van de personen op de foto en/of de werker etc. etc.) Vermeld altijd de bron (naam fotograaf) en beschrijf wie/wat er op de foto staat.
- Hoeveel pagina's telt de nieuwsbrief? Is dit vast of varieert dit? (let bij variatie wel op de leesbaarheid en de doelgroep; blijft het interessant/behapbaar)
- Welk formaat geef je de nieuwsbrief? (Let op tijdsbelasting en kosten)

Check/Dubbelcheck (dit spreekt voor zich, doe altijd een grondige check op bovenstaande punten)

Verzenden

- Hoe vaak verstuur je de nieuwsbrief? (Maandelijks/per kwartaal) – probeer een frequentie aan te houden; hiermee creëer je betrokkenheid).
- Per post of per e-mail of beiden? (Denk ook aan de kosten – mail je het bestand, maak dan indien mogelijk een PDF (Portable Document Format van Adobe Acrobat) van het opgemaakte bestand).
- Zorg ervoor dat de foto's verkleind/gecomprimeerd zijn voor verzending.
- Denk na over het up to date houden van het adressenbestand.

Evaluatie

- Kijk na elke verschenen nieuwsbrief even terug op wat goed liep/waar reacties op kwamen/waar verbeterpunten zijn. Leg deze vast!
- Neem lezersreacties serieus, vraag ook eens iemand om feedback.