

Bedrijf X BV  
T.a.v. de heer K. Poezeman  
Straatweg 4  
1234 AB PLAATSNAAM

Groningen, 10 september 2018

Betreft : Offerte  
Referentienummer : 000000 - 00000

Geachte heer Poezeman, beste Kas,

Hartelijk dank voor uw gastvrije ontvangst tijdens mijn bezoek op afgelopen woensdag 5 september. Aansluitend hierop ontvangt u hierbij onze offerte van de besproken oplossingen voor:

- HRM
- CRM

Vanzelfsprekend danken wij Bedrijf X BV hartelijk voor het in ons gestelde vertrouwen om mee te mogen denken aan een oplossing voor uw organisatie.

Indien u akkoord bent met deze offerte ontvangen wij graag de volgende documenten getekend retour. Dit kan per mail naar [sales@bedrijfYBV.nl](mailto:sales@bedrijfYBV.nl) of naar ons faxnummer 050 000 00 00.

- Volledige offerte (met een paraaf op elke pagina);
- Acceptatieformulier offerte;
- Registratiekaart van Windows.

Mocht u nog vragen hebben, dan kunt u ons telefonisch bereiken onder nummer 088 000 00 00. Van onze binnendienst is Yasmine Brouwer uw aanspreekpunt voor deze offerte.

Wij zijn ervan overtuigd u hiermee een goed voorstel te hebben gedaan. Op korte termijn nemen wij contact met u op om de offerte te bespreken.

Met vriendelijke groet,  
Bedrijf Y B.V.

Henk de Jong  
Sr. Accountmanager

## Nieuwe versie van de brief bij de offerte voor Bedrijf X BV

Beoordeling van de oorspronkelijke tekst op basis van de 'drie denkstappen' en de principes van tekststrategie. Deze wijze van beoordelen leidt tot ideeën voor de nieuwe versie.

### STAP 1A, kennisdoel

#### Wat zijn de feiten? Wat moet Kas Poezeman weten ná het lezen van de brief?

- bijlage betreft offerte voor de oplossing van Bedrijf Y voor HRM en CRM
- bij akkoord ondertekend retourneren:
  - volledige offerte
  - acceptatieformulier offerte
  - registratiekaart Windows
- paraaf op elke pagina is noodzakelijk
- Yasmine Brouwer is aanspreekpunt binnen Bedrijf Y
- telefoonnummer voor vragen: 088 000 00 00
- Henk de Jong neemt op korte termijn (??) contact op
- Henk de Jong is senior accountmanager bij Bedrijf Y BV
- offerte heeft referentienummer: 000000 - 000000
- etc

Het is de vraag of al deze feiten een plek in de brief moeten krijgen. Feiten die in de offerte zelf staan (de bijlage met alle praktische en technische informatie) hoeft je natuurlijk niet op te nemen in de brief.

In de brief hoort een heldere omschrijving van de wensen van de klant. De bijlage bevat een gedetailleerde beschrijving van de oplossing van de aanbieder.

De brief formuleer je in de 1<sup>ste</sup> en 2<sup>de</sup> persoon. Voor de tekst van de bijlage gebruik je de 3<sup>de</sup> persoon. Zie hierover ook deze schrijftip: [Het belang van een offertetekst](#).



## STAP 1B, houdingsdoel

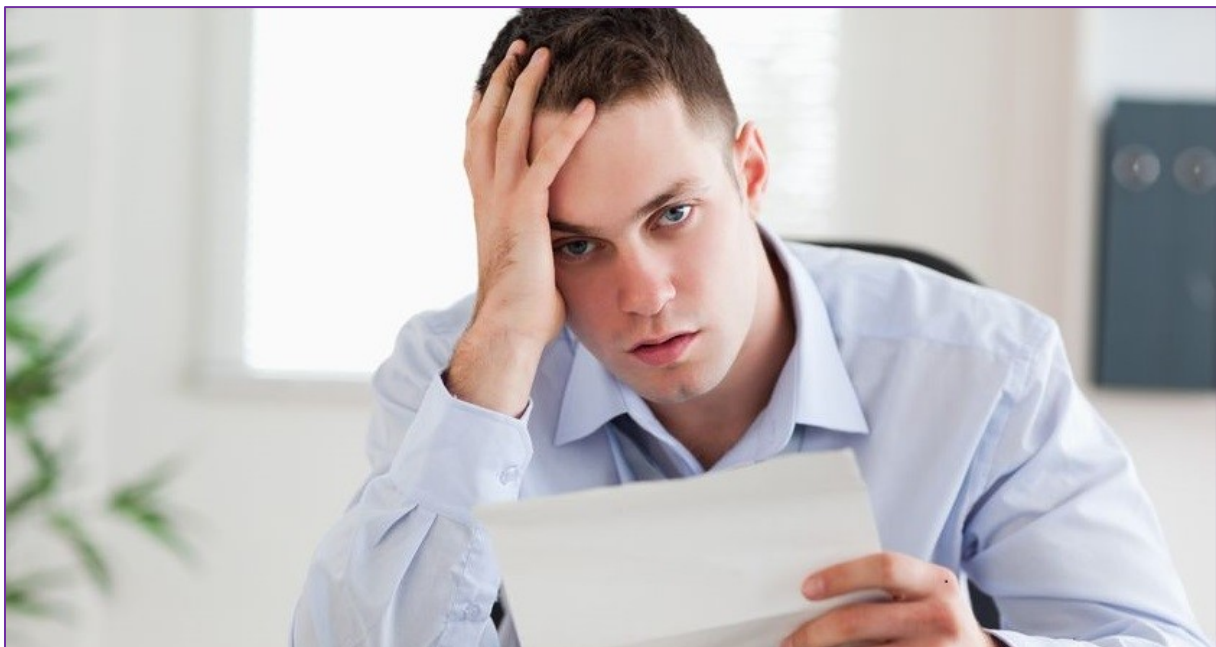
### Welk gevoel wil je met de brief oproepen bij Kas Poezeman?

De oorspronkelijke brief bevat vier zinnen die bij elkaar opgeteld overdreven 'kruiperig' overkomen:

- *Hartelijk dank voor uw gastvrije ontvangst tijdens mijn bezoek op afgelopen woensdag 5 september.*
- *Vanzelfsprekend danken wij Bedrijf X BV hartelijk voor het in ons gestelde vertrouwen om mee te mogen denken aan een oplossing voor uw organisatie.*
- *... ontvangen wij graag...*
- *Mocht u nog vragen hebben, dan kunt u ons telefonisch bereiken...*

De oorspronkelijke brief bevat ook een zin, die zo vanzelfsprekend is, dat het effect averechts werkt:

- *Wij zijn ervan overtuigd u hiermee een goed voorstel te hebben gedaan.*



Gedachten als 'tjonge, jonge, wat overdreven' en 'ja, logisch, dat mag ik aannemen' bij de ontvanger (Kas) zijn niet bepaald bevorderlijk voor de effectiviteit van de brief. Je bereikt als schrijver daarmee zeker niet je gedragsdoel (zie STAP 1C). Dat moet dus anders.

### Het voorstel voor STAP 1B (houdingsdoel) is:

Kas heeft na het lezen van de brief het gevoel, dat Henk de Jong de wensen van Bedrijf X BV **goed begrepen** heeft en ervaart daardoor een **gevoel van vertrouwen in Bedrijf Y** als leverancier en in Henk als ICT-professional.

## STAP 1C, gedragsdoel

### Wat moet Kas doen, direct na het lezen van de brief?

In de oorspronkelijke brief ontdek je als lezer maar liefst drie gedragsdoelen:

1. **onderteken**/parafeer alle documenten en stuur ze naar ons terug
2. **bel** Yasmine Brouwer als u vragen heeft
3. **wacht** op ons telefoontje om de offerte te bespreken

Met deze drie gedragsdoelen in één tekst laat je de lezer in verwarring achter. Wat verwacht je nou van Kas? Wat moet hij doen?

Formuleer één helder en vooral realistisch gedragsdoel. Wat is voor Kas de meest logische actie na het lezen van de brief en de offerte? Is het realistisch dat hij direct alles ondertekent? In de offerte zelf is sprake van aannames, voorlopige indicaties... Kortom, direct tekenen lijkt niet logisch.

Indien dat inderdaad niet zo is, stuur dan aan op telefonisch overleg met Henk de Jong. In dat geval kan je beter de tekst over het ondertekenen weglaten en precies vermelden wanneer Henk de Jong belt. Je kiest daarmee voor een variant op het derde gedragsdoel:

4. **bekijk** de offerte, **wacht** ons telefoontje af om de offerte te bespreken



## STAP 2A, ideale lezer

Geef op basis van de vier schrijversvragen een profielschets van de ideale lezer, in dit geval is dat Kas Poezeman. Welke kenmerken heeft Kas vóórdat hij de brief ontvangt en onafhankelijk van de inhoud van de brief. Verwar deze stap niet met je doelen in 1A en 1C.

- hij **wil** een offerte die hij begrijpt en antwoord op zijn vragen geeft
- hij **wil** gerustgesteld worden in zijn mogelijke beslissing met BEDRIJF Y in zee te gaan
- hij **vindt** een plezierige samenwerking met deskundige professionals belangrijk
- hij **wil** snel aan de slag met een betrouwbare oplossing voor HRM en CRM
- hij **weet** dat BEDRIJF Y een voorstel doet voor HRM en CRM
- hij **weet** dat nog niet alle details vastliggen

Op deze manier creëer je een zo goed mogelijk beeld van de persoon, die de tekst ontvangt. Met andere woorden, schetst het kader waarin hij de tekst leest. In je brief haak je straks in op deze kenmerken. Het effect op de lezer is dan *'wauw, deze brief is echt voor mij bedoeld, dat geeft mij vertrouwen in dit bedrijf'*.

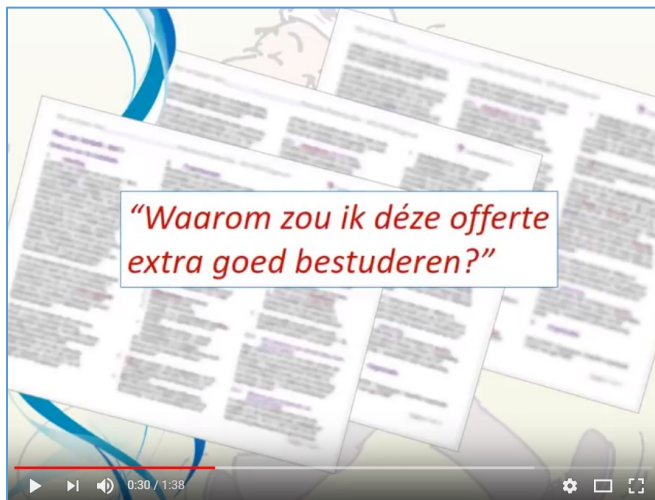
**STAP 2B, kernboodschap van de brief**

Om een kernboodschap te formuleren is dit een handige tip: vraag je af wat jij zou willen, dat de lezer aan een collega vertelt die h m vraagt wat er in de brief staat.

**Kernboodschap brief:**

*“Om onze HRM en CRM op een hoger niveau te tillen vraagt Bedrijf Y ons om hun voorstel definitief te maken in een telefonische vervolgspraak.” (25 woorden)*

De bijlage heeft uiteraard een andere kernboodschap. De kernboodschap van de offerte geeft antwoord op de vraag ‘Waarom zouden wij kiezen voor het voorstel van Bedrijf Y?’ Zie hierover de video ‘[Zo werkt tekststrategie voor een offerte](#)’

**STAP 2C, concept**

In deze situatie (een begeleidende brief/e-mail bij een offerte) is een creatief concept niet direct logisch. Wil je toch iets meer doen, dan een saaie, formele, zakelijke mededeling? Voor een ‘creatief laagje’ over je boodschap ga je op zoek naar een link tussen de business van de opdrachtgever en de oplossing die BEDRIJF Y voorstelt.

Op de website van Bedrijf X staat bijvoorbeeld:

- Transport via water, spoor en weg...
- Lean & green

Dit zijn aanknopingspunten om iets mee te doen.

Een andere optie is om vanuit BEDRIJF Y te redeneren en bij elke offerte iets toe te voegen. De afbeelding hiernaast versterkt het ‘waarom-deel’ van de kernboodschap: ‘Om onze HRM en CRM op een hoger niveau te tillen’...



Deze illustratie draagt onbewust bij aan het houdingsdoel (zie STAP 1B). Zo’n illustratie geeft de lezer het gevoel dat het wel goed komt, waardoor hij met een positief gevoel de kosten beoordeelt.

## STAP 2D, middel/kanaal

De begeleidende brief is een e-mail (middel), die via het digitale kanaal bij de lezer komt.

## STAP 3A, structuur op basis van lezersvragen

1. Waar gaat dit bericht over?
2. Wat is de huidige situatie? / Wat hebben we afgesproken?
3. Wat tref ik aan in de bijlage?
4. Wat verwacht BEDRIJF Y van mij?

Op basis van deze lezersvragen ontstaat een nieuwe tekst.

## Nieuwe versie van de begeleidende brief

Bedrijf X BV  
T.a.v. heer A. Poezeman  
Straatweg 4  
1234 AA PLAATSNAAM

Groningen, 10 september 2018

Betreft : Offerte verbetering HRM en CRM  
Referentienummer : 00000 - 000000



Geachte heer Poezeman,

U ontvangt bij dit bericht ons voorstel voor de verdere automatisering van HRM en CRM.

Zodra alle details helder en acceptabel voor u zijn, starten we met de uitvoering van het project.

In ons overleg op 5 september bij u in Plaatsnaam, stelden wij het volgende vast:

- Bedrijf X wenst HRM en CRM verder te automatiseren
- het aantal gebruikers per module ligt nog niet vast
- koppeling tussen Windows en een vingervolgsysteem staat in de planning, maar valt buiten deze offerte

Wij vragen u de details van het voorstel door te nemen. Het voorstel start met onze oplossingen voor HRM en CRM en eindigt met een overzicht van alle kosten.

Volgende week woensdag, 19 september, neem ik telefonisch contact met u op om uw reactie op het voorstel te vernemen.

Met vriendelijke groet,

Henk de Jong, Senior Accountmanager

**Bijlage:** voorstel aanpak HRM en CRM