



Online copywriting checklist

Daar ligt 'ie dan. Vers van de pers: jouw nieuwe tekst. Tijd om 'm te checken. Gebruik daarvoor deze handige copywriting checklist. Kun jij alle boxjes afvinken? Goed bezig! Deze checklist is speciaal voor webteksten. Of dat nu gaat om SEO-teksten, vacatures, blogs, cases, productpagina's, dienstenpagina's of over-ons-pagina's. Succes!

1



Schrijfstijl

- Je tekst is op B1-niveau. Gebruik ishetb1.nl voor een check.
- Je tekst is consistent in de je-vorm óf u-vorm geschreven.
- Je tekst draait om de lezer. Je schrijft zo min mogelijk vanuit de wij-vorm.
- Je tekst is actief geschreven, zo veel mogelijk in de tegenwoordige tijd.
- Je tekst is to the point en gaat in op belangrijke vragen en pijnpunten.
- Je tekst beschrijft herkenbare situaties of problemen op een levendige manier.
- Je tekst richt zich op het geselecteerde archetype (optioneel).

Structuur & inhoud

- Je tekst is logisch opgebouwd en beantwoordt de belangrijkste vragen.
- Je hebt vragen uit People Also Ask-boxes en Answer the Public behandeld.
- Je hebt vergelijkbare pagina's van concurrenten bekeken en je learnings eruit gehaald.
- Je tekst is scanbaar en bevat meerdere H-tags: koppen en tussenkoppen.
- De H-tags geven context en stellen eventueel een vraag.
- De H1-tag bevat het primaire zoekwoord (als dat er is).
- De H2-tags bevatten een enkele keer (niet overmatig) een zoekwoord (als dat er is).
- De eerste alinea bevat maximaal 75 woorden (geldt vooral voor productteksten).
- De belangrijkste informatie staat steeds bovenaan de alinea.
- Je hebt - waar het kan - opsommingen gebruikt. Goed voor de leesbaarheid.
- Je tekst eindigt met een call to action. Verwerk tussendoor ook cta's.

2



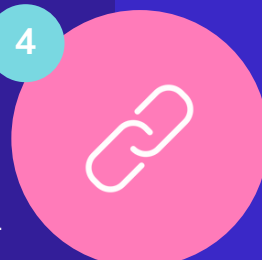
3



Metadata

- De metadata is uniek en biedt de lezer alvast relevante context over de pagina.
- De metadata is niet te lang of te kort. Check het aantal pixels via Moz.com.
- De meta title bevat het primaire zoekwoord en de bedrijfsnaam (óf een sterke USP).
- De meta description bevat het primaire zoekwoord en USP's (met vinkjes).
- De meta description zet aan tot actie en bevat een call to action.
- Het primaire zoekwoord (als dat er is) staat steeds zo ver mogelijk vooraan.
- De metadata bevat géén uitroptekens.

4



Intern linken

- Je hebt alleen interne links gebruikt die relevant zijn voor de gebruiker.
- Je hebt (waar het kan) zoekwoorden verwerkt in de anchor teksten.
- Je hebt géén linkjes geplaatst in de eerste alinea.
- Je hebt gelinkt naar boven- en onderliggende pagina's over hetzelfde onderwerp.