

PORTFOLIO

DE WOORDFABRIQUE
NOVEMBER 2021

FABRIQUE
WOORDFABRIQUE

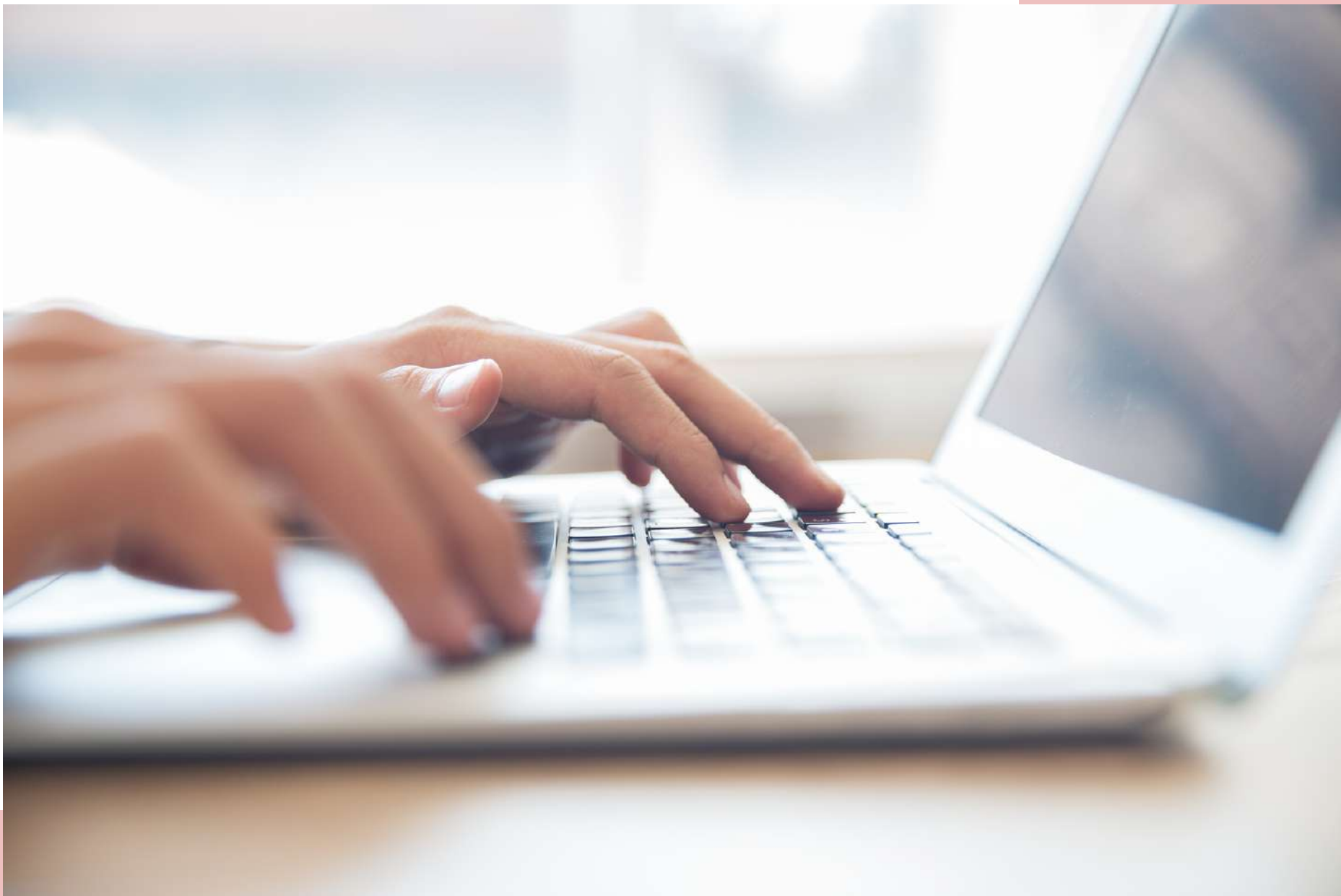
*"De impact
van een
woord is
groot!"*

*Lees alles wat je
wilt weten over de
WoordFabrique*

GEWONNEN AWARDS, REVIEWS EN MEER



6 009800 461091 >



de WoordFabrique

fa·briek (de; v; meervoud: fabrieken)

industrieel grootbedrijf, waarin de productie langs mechanische of chemische weg plaatsvindt.

de WoordFabrique is een plaats waar ijzersterke content wordt gefabriceerd. Stoer en eigentijds vanuit het creatieve brein.

Q

“

*De kracht van
een woord is
groot.*

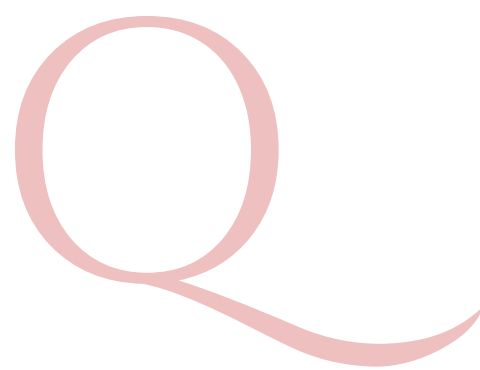
*De impact van
een positief
woord is groter!*

Manon Inèz de Jonge
de WoordFabrique

Q

Inhoudsopgave

Over de WoordFabrique	5
Manon	8
Opleidingen & cursussen	9
Projecten	12
slogan creatie	
tekst creatie	
mailing creatie	
content creatie	
Awards	19
Reviews	22
Contact	27



Over de WoordFabrique

IJzersterk in tekst

Missie

de WoordFabrique maakt mensen bewust van de kracht en de impact van tekst.

Visie

Organisaties, merken en mensen helpen bij het formuleren van hun perfecte boodschap.

Kernwaarden

de WoordFabrique is nuchter, nauwkeurig en inventief.

De WoordFabrique, het
tekstbureau voor
sterke content!

de WoordFabrique is voor

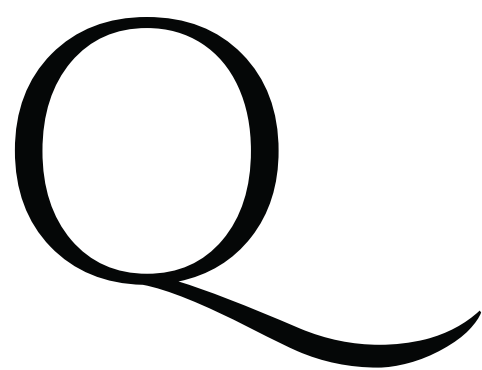
Doelgerichte communicatie

Overtuigende teksten

Scherpzinnige zinnen

Treffende taglines

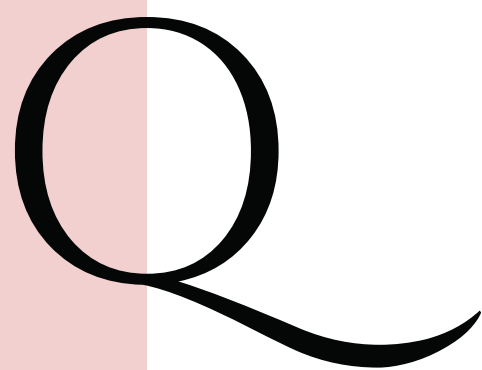
Gevatte woorden



De juiste stijl voor jouw verhaal

De schrijfstijl van **de WoordFabrique** kenmerkt zich door korte, krachtige zinnen. Waar het kan een vleugje **humor** en dubbelzinnigheid van woord en **beeldspraak**. Oftewel tekst met karakter en soms een knipoog.

De WoordFabrique deinst er niet voor terug haar ongezouten mening te geven en te **adviseren** om zo het beste **resultaat** te bereiken. Het vermogen goed te **luisteren** en het denken in beelden en concepten helpt bij het vormgeven van de juiste tekst om jouw doelgroep(en) te bereiken.





Manon

Heeft een **passie** voor schrijven.

Maakt graag dubbelzinnige woordgrappen.

Is **creatief**, **communicatief** en **sportief**.

Houdt niet van langdradig...

Heeft twee katten en 23 planten.

Staat elke dag om 6 uur op.



OPLEIDINGEN & CURSUSSEN



■ Opleidingen

MBO Marketing & communicatie

HBO Communicatie, Amsterdam

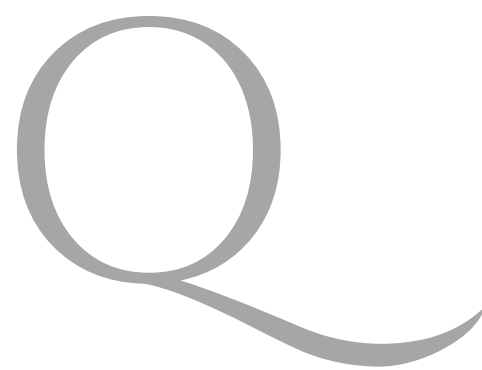
- Tekstschrijven
- Designmanagement
- Brandmanagement

Communicatiewetenschap, Amsterdam

■ Cursussen

Neuromarketing

Franse taalcursus



WERKERVARING

6 jaar

werkzaam als online marketeer

10 jaar

werkzaam als communicatie
medewerker

3 jaar

zelfstandig ondernemer

Q

“

*De WoordFabrique
zet de juiste
woorden in de
juiste volgorde
zodat het een
compleet en helder
verhaal wordt.*

Manon Inèz de Jonge
de WoordFabrique

Q

A close-up photograph of numerous pink rose petals, some fully open and others partially curled, creating a soft, textured background. The petals are in various shades of pink, from light to a deeper magenta.

Project portfolio

Slogan creatie

VAT HET BEDRIJF IN ÉÉN ZIN SAMEN

OMDAT JIJ ER TO DO'T

Tagline voor PA For One Day

**VERTROUWD IN DE
CLOUD**

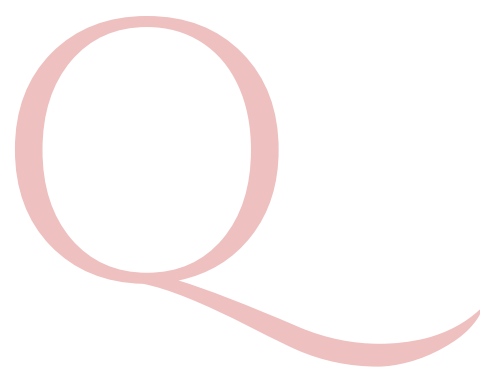
Tagline voor RSH ICT Management

**ZODAT JIJ DE TEUGELS
WEER IN HANDEN
KRIJGT!**

Tagline voor Paardencoaching

**STOER NAAR EIGEN
STIJL**

Tagline voor BetonEnzo



Heb jij een webshop?!

Naast het hebben van sterke en vooral korte teksten bij de producten is de prijsstelling ook belangrijk...

Vaak zien we dat het bedrag eindigt op (slechts) ,95

Nu lijkt het goedkoper en ben je eerder bereid het product te kopen. Dit noemen we prijspsychologie!

Hiermee wordt ingespeeld op het onbewuste koopgedrag van de bezoekers online en offline met als doel om uiteindelijk meer winst te maken.

Niks nieuws, lijkt mij... Maar er is meer! Prijzen die eindigen op een 9 duiden op uitverkoop en bedragen die eindigen op een 0 stralen meer kwaliteit uit.

Laat je het € teken weg op het prijskaartje, dan heb je nog meer kans op verkoop! Dus, let op tekst maar zeker ook op de prijs.

OMG..!

Als je slecht nieuws krijgt, is de aandacht meteen getriggerd.

Dus als je de ogen op jouw advertentie wil krijgen, moet je met een probleem beginnen.

Men zal zich hierin herkennen en is misschien ook wel op zoek naar de oplossing!

Zoek uit wat het probleem is van jouw doelgroep en richt de communicatie hier op in.

Weet je niet wat problemen zouden kunnen zijn? Kijk dan naar wat de ideale klant het meest verlangt en draai dat om.

Benoem deze vervolgens in alle reclame uitingen en je hebt je eigen unieke boodschap!

Zie jij dit nu zelf als een probleem?!
de WoordFabrique kan je helpen!

Mailing Creatie



Deze stappen zijn misschien wel de meest belangrijke ingredienten voor een geslaagde uitwerking van jouw plan. Met deze stappen die zijn opgesteld door de experts uit de branche krijgt je een uniek kykie in de kookpot.

NUMMER 1 - WAAROM?

Bedenk goed welke redenen een supermarkt zou kunnen hebben om jouw producten te willen verkopen? Is dat omdat het er nog niet ligt? Of misschien ligt er te weinig en heb jij die unieke toevoeging bedacht wat ongetwijfeld een succes wordt!

Prat erover met mensen uit de branche, maar ook met de gewone consument. Zo kom je erachter waar behoefte aan is.

NUMMER 2 - HET VERHAAL

Zorg dat je een verhaal te vertellen hebt over je product. Storytelling is de nieuwste trend om reclame te maken voor een product of dienst. Mensen zijn nieuwsgierig naar de achtergrond van het product maar willen weten wat er precies in zit.

Als je een verhaal verteld over het waarom of het ontstaan van het idee, dan schept dat een band. Doe er ook nog een zetje emotie bij: een het verhaal is compleet! Emotie in een tekst zorgt voor herkenning en dat is natuurlijk wat je wilt.

04



NUMMER 4 - DE INVESTERING

Opschalen kost geld.

Bedenk van te voren, eventueel met een financieel adviseur in jouw branche, hoeveel je wilt gaan investeren in dit product en de opschaling daarvan.

Zo stel je jezelf een uiteindelijk doel en kom je niet in de financiële problemen.

NUMMER 5 - WAAR?

Op na in welke supermarkt jij het wilt jouw product wel zien liggen.

Er zijn verschillende supermarkten in Nederland en ze hebben ze hun eigen normen en waarden. Bedenk waar jouw product het best tussen past. Speel in op bepaalde trends en wat belangrijk is voor de supermarkt.

Doe onderzoek naar welk type bezoeker er komt om een nog betere keuze te maken voor de supermarkt.

Focus eerst op slechts één supermarkt.

06

Q

Content creatie

Uitwerken van interviews

Artikelen short & long read

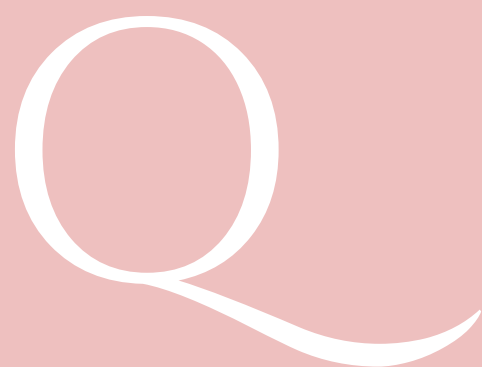
Vacatureteksten verbeteren

Productteksten voor webshop

Webteksten voor websites

Taglines voor nieuwe producten
(ENG/ NL)

Nieuwsbrieven (ENG/ NL)



A background image featuring a dense cluster of pink balloons and several metallic, shiny balloons in shades of pink and purple. The balloons are of various sizes and are arranged in a way that creates a sense of depth and festivity. A semi-transparent pink rectangular box is centered over the image, serving as a backdrop for the text.

Awards

Bedrijfsnamen

Eerste prijs voor de inzending
van de WoordFabrique

Werkplaats op Wielen
Motoren repareren op locatie

Groene Vingers
Hoveniersbedrijf

A Events!
Evenementenbureau

MIVIDA
Spaans vastgoedkantoor

Q

“

*Als ik schrijf
gebruik ik waar het
kan een vleugje
humor en
dubbelzinnigheid
van woord en
beeldspraak.*

Manon Inèz de Jonge
de WoordFabrique

Q

A close-up, shallow depth-of-field photograph of a hand typing on a laptop keyboard. The background is blurred, showing the keys and the hand. A solid red rectangular overlay covers the upper portion of the image, serving as a background for the text.

Reviews



Manon van de
WoordFabrique heeft
precies het juiste gevoel
op papier weten te
zetten, zoals ik het
eigenlijk bedoelde.

Mijn website teksten
zijn nu veel makkelijker
leesbaar en zijn kort en
bondig, erg blij mee!

Bovendien is Manon erg
prettig om mee samen
te werken.

MUIS FREELANCE
CONTROLLER

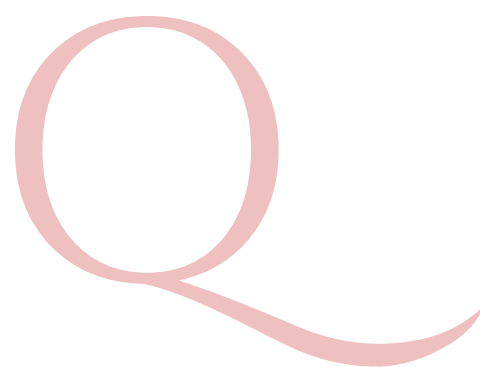




Manon van de
WoordFabrique heeft mijn
verhaal en diensten voor
mijn website heel mooi
gestructureerd en
verwoord.

Waar ik vast liep in mijn
verhaal, wist Manon er een
samenhangende en
pakkende tekst van te
maken. Het is fijn
samenwerken met Manon,
ze weet snel wat je bedoeld
en welke kant je op wil!

PAARDENCOACH JONIE
JONGEJAN





Manon zet de klant met haar manier van vragen stellen en haar gevoel voor humor aan tot helder denken. Staat op een prettige manier open voor inbreng van de klant.

CARE FOR WOMEN





De WoordFabrique is onze rots in de branding. We zijn blij met de snelle manier van handelen, flexibiliteit en de kwaliteit van teksten.

de WoordFabrique weet met woordspelingen fantastische productteksten en oneliners te formuleren.

Een tekstbureau van het kaliber waar je niet omheen kunt en daar maken wij heel graag gebruik van!



Kennismaken?

NEEM CONTACT OP!



FABRIQUE
WOORDFABRIQUE

Online

www.woordfabrique.nl

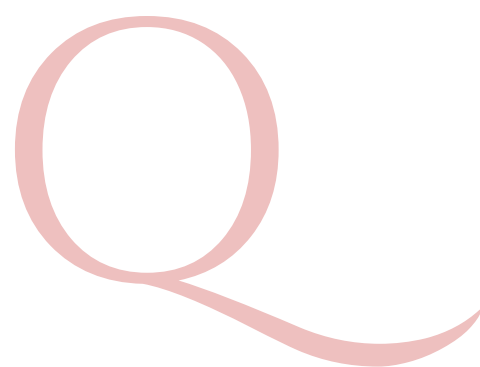
manon@woordfabrique.nl

Telefoon

+31 6 30 12 15 93

Social Media

#woordfabrique





Af en toe tips en
leuke artikelen
ontvangen?
Schrijf je in voor de
NieuwsRubrique.

