



PRET PDF: Niet-saaie marketing en communicatie.

Laat je inspireren door +20 voorbeelden waarin humor en enthousiasme het ijs breken en zorgen voor reuring, meer klanten, en (interne) betrokkenheid.

Schrijver en cabaretier Johan Stevens

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Hallo!

In dit document laat ik je zien hoe humor zo prachtig kan helpen om een verhaal te laten landen. Hoe humor kan helpen om te zorgen dat je boodschap onthouden wordt.

Voor ik verder ga: ik weet dat humor niet per se het doel is. Jij hebt een inhoud en die inhoud staat centraal.

Wat wil je zeggen?

Waarom?

Waarom is het echt belangrijk?

En dan, dan gaan we samen kijken hoe de toon zo kan dat het echt raakt. Dat is meestal niet door ontzettend saai te gaan doen. Met wollige taal.

Ik ben expert in taal die verrast, die raakt, die inspireert. En humor is daarin vaak een prachtig onderdeel.

Je ziet een hoop voorbeelden van andere copywriters en ook veel voorbeelden van mij.

Ik kan lang niet alles laten zien omdat veel bedrijven dat niet willen: het is interne communicatie. Ik heb daarnaast met meer dan 85 ondernemers gewerkt. En deze ondernemers kijken een dag na het samenwerken nog eens naar een tekst en besluiten dan toch twee zinnen te veranderen.

Dat is prima. Tuurlijk.

Maar dat betekent ook dat ik hier geen linkjes kan zetten. Ik weet niet of de tekst nog is wat ik opleverde. Snap je? Misschien hebben ze in pure paniek alle grappen eruit gesloopt.

Komt voor. Daarom een klein deel van mijn werk.

GROET! Johan

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Tip van de Dag.

Interne communicatie die verbindt en zorgt voor een lach.

Voor een grote Wealth Manager bedacht ik voor de interne communicatie de rubriek *Tip van de Dag*. Kleine tips werden gedeeld door collega's. Over productiever zijn, over hoe te vergaderen, afspraken met klanten maken en gezond en ontspannen blijven in een stressvolle omgeving. Het ging zeker niet over gewichtige tips, dat was verboden, door mij, want het moet juist licht zijn. PDF's en allerlei powerpoints kennen we wel.

Reactie van een collega op deze serie: 'Het leuke is dat het iets kneuterigs heeft, dat is wel goed voor de organisatie.'



Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Afspraak bij de tandarts

Hieronder zie je hoe ik een mail van een tandarts zou veranderen. De bovenste is van de tandarts en mijn suggestie eronder.



Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Zo werkt iets verkopen tóch.

Verkoperige berichten werken vaak niet op social media. Maar soms wil je toch een aanbod laten zien. Met een beetje humor werkt dat dan toch.

**Toff Optiek**
Gepubliceerd door Johan Stevens · 1 februari · 

Benno over Joke:
'Ja, het is heel leuk samenwerken met Joke, maar de laatste tijd is er iets vreemds. Dan zitten we achter en ineens is ze 5 minuten weg. Ik weet niet wat het is.'

Joke over Benno:
'Ja, het is heel leuk samenwerken met Benno, maar vreemd, vreemd, de laatste tijd is er iets vreemds. Ineens is Benno 'even in de winkel', ik weet niet wat het is.'

Psst. Lieve lezer, Joke en Benno weten het niet van elkaar, maar ze zijn zo verliefd op de Götti brillen, ze gaan af en toe er even bij staan. Stil en in love staren. Mooi, hè?

Of ze ook met de brillen praten? Dat is 'het geheim van Toff Optiek.' Maar het gerucht gaat dat een van de twee wel eens zegt: 'ik wil jullie niet verkopen, jullie zijn te mooi...' Maar dat is slechts een gerucht!

Maak snel een afspraak om zelf zo'n mooie bril te passen.



223
Bereikte mensen

53
Betrokkenheidsacties

Bericht promoten

 22

2 opmerkingen

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

1 April: Slechte adem is slecht voor je bril!

Op 1 april heb je natuurlijk dé kans om als bedrijf met een vrolijke noot de band met je doelgroep te versterken. Gewoon simpel plezier maken.

Om ze weer te laten weten: wij zijn er voor je om je te helpen met [jouw dienst / product], en we zijn er vooral ook voor je om het leven een beetje te vieren.

Voor de Amsterdamse opticiens bedacht en schreef ik deze update. Dit ging naar 1200 contacten via de mail.

Uit onderzoek, beste klant, is gebleken dat een slechte adem slecht is voor de brilglazen. Je kent het vast wel: je wil je brilglazen - vlak voor een date bijvoorbeeld - even goed schoonmaken, je pakt een doekje en je bevochtigt je bril met je adem. Dit kan serieus problematisch zijn voor de coating.

Komende donderdag, de eerste van de volgende maand bieden we daarom gratis een service aan: Benno checkt je adem. Kom langs en Benno zal ruiken of je adem slecht is. Je krijgt een vakkundig advies over hoe je je adem kunt verbeteren.

Het pepermuntje achteraf is ook op onze kosten.

Met groet, Team Toff.

Deze update zorgde voor een groot aantal reacties. Mensen vonden het hilarisch.

Jampot glazen!

Ook deze 1 april grap is voor dezelfde Opticiens in Amsterdam, een jaartje later.

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

De Jampotglazen zijn helemaal terug van weggeweest. Dat had je vast al meegekregen in de media. Kinderen, grote kinderen, oudere jongeren in de leeftijd van Benno en Joke: iedereen wil die jampotglazen.

Daarom is er vandaag in de winkel de workshop Ontwerp Je Eigen Jampotglazen.

In een uur krijg je alle technieken aangeleerd door Eindbazen Jampotglazen Joke en Gabrielle. Zij gaan lekker met je jammen. Wie is de Jampotglazen Hero?

De nadruk ligt op het ontwerpen van Jampotglazen die helemaal bij jouw persoonlijkheid passen. Ben jij een vrolijk iemand? Of juist heel kritisch? Ga je voor creativiteit? Of voor avontuur?

Alles kan. De groep is heel veilig, je kunt helemaal jezelf zijn. Degene die de meest originele jampotglazen ontwerpt wint de Theo en Thea award!

Meedoen? Het is gratis, maar je moet wel een mail sturen om je aan te melden.

Dan krijg je aanvangstijden en meer informatie! Wij hebben er zin in.

Ga je mee jammen met ons?

Groet, team Toff.

nb Je moet je eigen jampotglazen meenemen. Daar heb je al een band mee, dat helpt.

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Onboarding van een collega doe je zo!

Over Collega Zwaan.

Een belangrijk stuk communicatie is het welkomstbericht van de nieuwe collega. Als onderdeel van een heldere en warme on-boarding.

Dit soort stukjes zijn heel makkelijk saai te maken. En dat wordt ook vaak zo gedaan. Omdat de mensen er simpelweg niet over nadenken.

Bij een grote bank kwam twee keer per maand een rubriek **'Day at the office'**.

Een collega die nieuw is, vertelde over zijn werkzaamheden. Ik vroeg in het interview hoe hij het in team vond. Zo kwam hij te vertellen over zijn bijnaam Zwaan. 'Ik denk dat sommigen niet weten hoe ik echt heet.' Hoe hij aan de bijnaam kwam? 'De eerste werkdag was ik te laat. Ik moest toen uit Den Bosch komen en de trein had oponthoud, omdat er een zwaan op het spoor liep. Zo was ik een uurtje te laat.'

Dit soort dingen, daar hebben veel schrijvers van dit soort stukjes geen oog voor, maar ik pik het er juist uit, want hier zit leven en humor in. Leven en humor. Dat is wat ik altijd wil: de dingen sprankelend maken, dat het even iets anders is, dat je even geraakt wordt en vermaakt. En het mooie is: zo onthoud je deze collega ook beter.

Omdat dit om interne communicatie binnen een bank gaan kan ik deze tekst hier niet publiceren, maar dit soort stukjes zijn altijd met flair, een knipoog geschreven. Daarnaast vraag ik altijd:

Wat vind je zo mooi aan je vakgebied? Ik wil dat bovenwater krijgen: waar mensen warm en blij van worden. Zodat je mensen écht leert kennen.

Dus niet: 'ik vind met mensen werken heel leuk'

Maar: 'ik ben altijd benieuwd wat mensen echt drijft, waarom ze iets wel of juist niet willen. En dat dat echt vragen, echt willen weten is wat mij drijft. Zo boeiend hoe anders mensen kunnen zijn.'

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Zo kreeg ik meer dan 22.000 bezoekers op mijn website.

Zit je veel op LinkedIn?

Dan moet je vast wel eens zuchten. Oh, my god. De lelijkheid! Mensen lullen soms maar wat. Praten elkaar na.

Check onderstaande update, een post met mijn [Zeven Favoriete LinkedIn Ergernissen](#).

NOTA BENE.

ontdek ook hoe enorm goed ergernissen delen dus werkt. Veel mensen zijn er huiverig voor, maar het werkt.

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Hieronder vind je nog een handvol voorbeelden van andere schrijvers. Ter inspiratie!

Wil je meteen contact, een gesprek over tone of voice, menselijkheid en humor.

[Mail me meteen, dan doen we koffie, via video of live.](#)

BONUS

Coolblue

Als je denkt aan humor in marketing, dan denk je in Nederland direct aan Coolblue.

Check hieronder: hoe simpel is het eigenlijk toch, leuke interne communicatie.



Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Laura Belgray 'that overwhelming urge to say 'i love you''

Laura Belgray is de beste. Laura is van de zin 'I empower women to stop say I empower women.'

Vind ik grappig.

Op haar website straalt ze met haar brutale stijl. Of ik verliefd ben? Wat denk jij? Natuurlijk.

Laat me je dit voorbeeld geven.

Je kent deze zin op websites toch?



'Heeft u een vraag of een opmerking, laat gerust een bericht achter.'

Zo zie je ze op vier miljoen (en een beetje) websites. Saai en standaard. En je hoeft natuurlijk tegen niemand te zeggen dat hij of zij 'gerust een bericht' mag sturen. Alsof ook maar één iemand denkt: zouden ze dat wel leuk vinden? Zouden ze wel op een berichtje met een aanvraag van 9.000 euro zitten te wachten? En nog wel tien vervolg opdrachten, ook?

Op de website van Laura Belgray stond dit: (ze heeft inmiddels nieuwe teksten)

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

‘If you have questions, comments, or that overwhelming urge to say ‘I love you’, shoot me an e-mail.’

Grappig? Heel grappig. Zo kan het ook! Word je nu nieuwsgierig naar meer Laura?

Zeker!

Nog een pareltje.

Laura heeft op haar website een FAQ.

Check deze:

Are these “FAQs” really frequently asked?

Yes. At least, that one is.

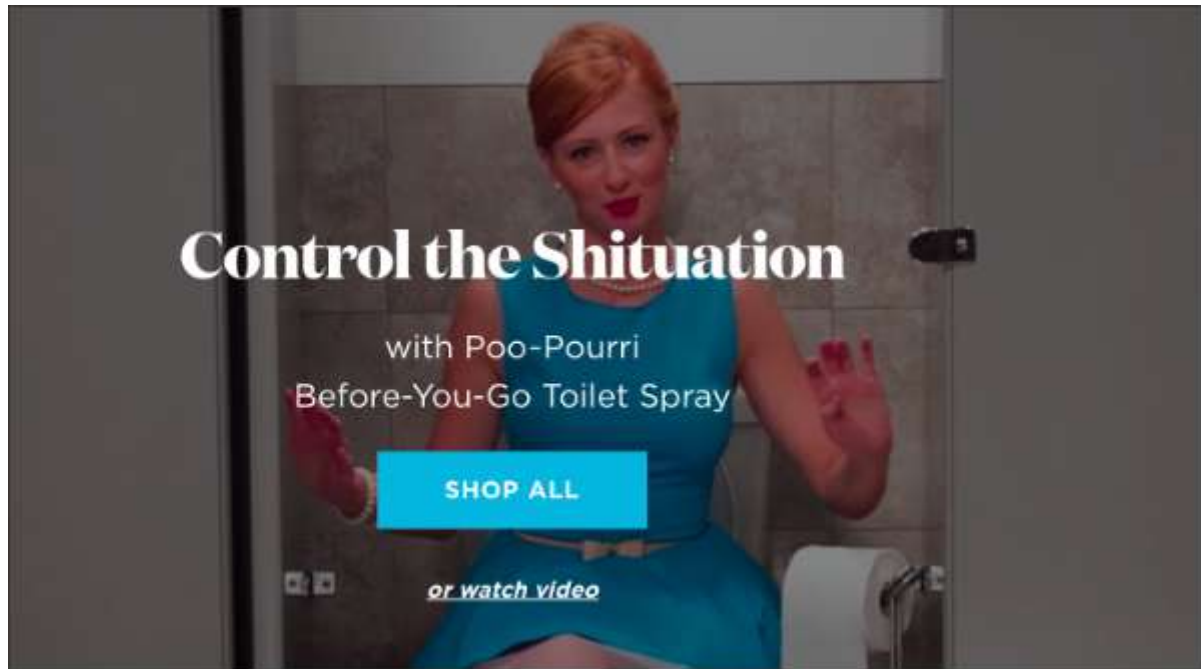
(inmiddels, maart 2024, zijn deze voorbeelden van haar website verdwenen)

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Poo Pourri

Ook in Nederland verkrijgbaar, maar vooral in Amerika groot: Poo-Pourri.

Toilet spray voordat je de grote boodschap doet! Hoe vind je dit, hieronder? Grappig? Ja!



En zoals ze in de afbeelding zeggen: [watch the video](#). Vind ik ook nogal leuk.

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Lianna Patch: Punchline Copywriter

Eigenzinnige website. Fijne stijl. En dit stukje tekst, lekker gedaan door Lianna Patch.

I can take your online words and make them work harder to make you **ca\$h**. Or **fame**. Or **love**. The only thing I can't do is bring people back from the dead.

How tongue-flappingly thrilled would you be to know that:

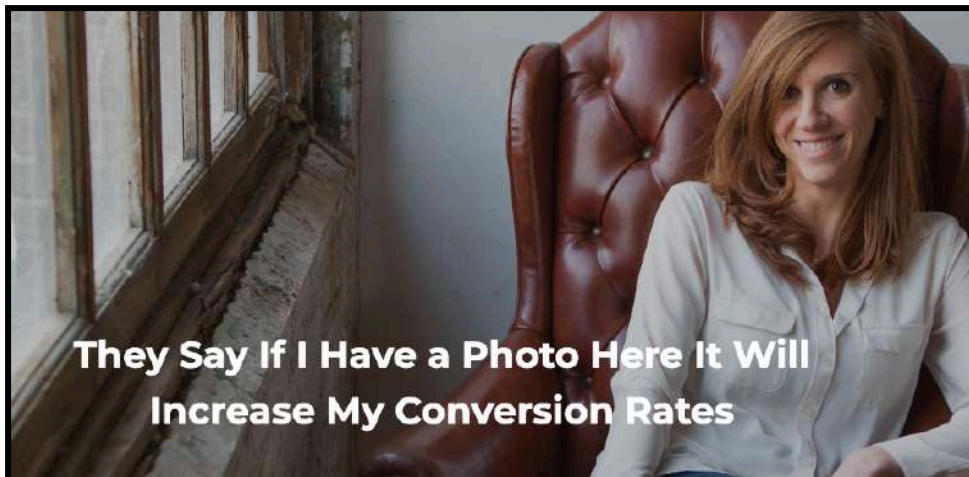
- Your web copy can grab your visitors right from the headline
- And promptly sink its little dew-claws right into your prospects' hearts
- And gently-but-firmly tug them toward buying or signing up?

PLEASE FIX THE BLEEDING HOLE IN MY MARKETING COPY

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Margo Aaron: that seems important

Haha! Op haar sowieso erg verrassende en eerlijke website thatseemsimportant.com breekt Margo Aaron fijn met al die marketingtrucjes en prikt ze er keihard doorheen.



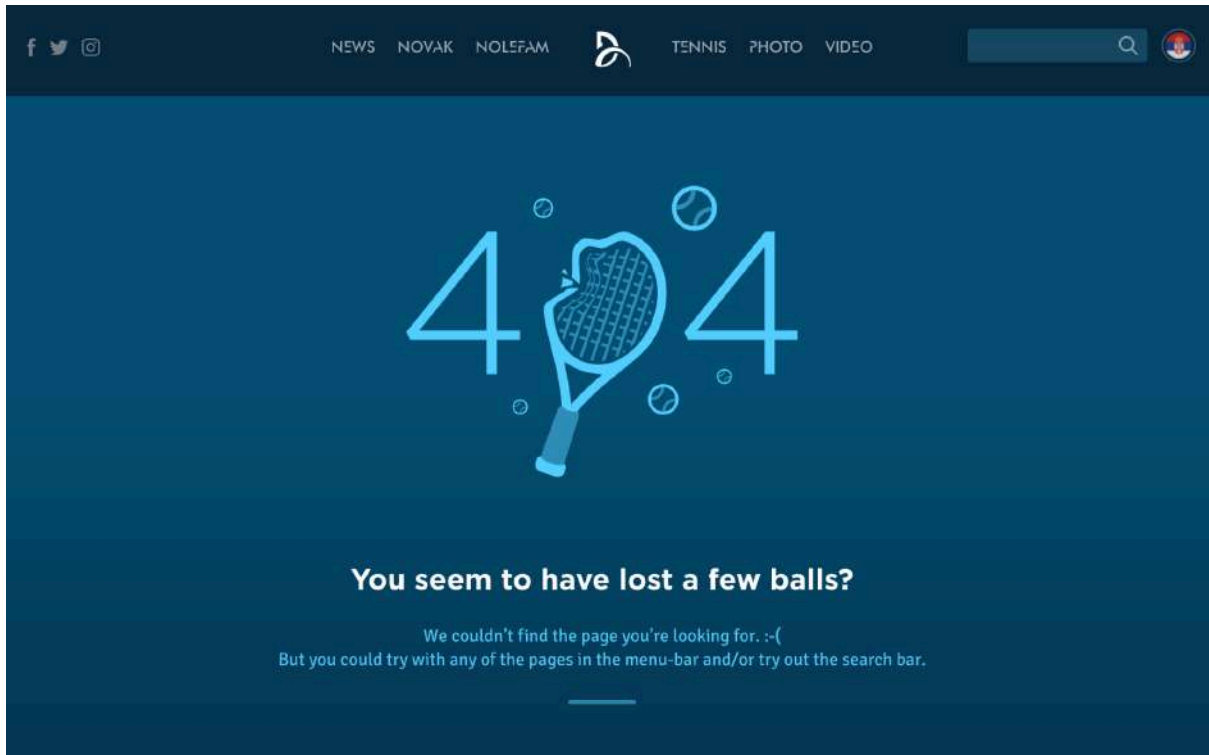
Het leuke van jezelf zo met een korrel zout nemen is dat ik nu *juist* denk dat het goed is. Fascinerend toch?

Als je dit durft, laat je zien dat je een geweldig relativeringsvermogen hebt en dat vind ik dus enorm aantrekkelijk.

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Jouw 404 pagina inspiratie:

Verrassend. Niet eens zo'n fan van Djokovic, maar dit is wel goed bedacht.



Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Onderstaande afbeelding bekijk je beter even hier, [dan zie je de GIF](#).

DO YOU EVER FEEL LIKE YOU'RE IN THE WRONG PLACE?

Well in this scenario, you are correct. You could just keep refreshing on this page hoping it will become what you wanted, and/or head to the homepage, or the blog.



Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

Kristy Fanton: Stalk me

Elke website heeft onderin in de footer een verwijzing naar de sociale media kanalen.

En wat staat daar meestal?

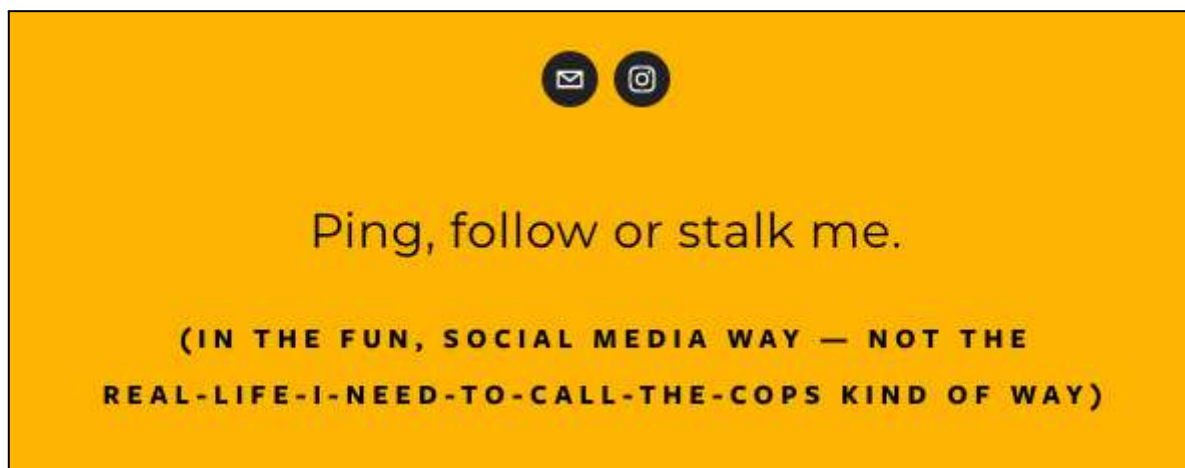
‘Volg ons ook op Instagram en Facebook!’

Op een website van een administratiekantoor zie ik zelfs alleen maar dit staan:



Dat kan zoveel leuker. Ook daar kun je weer laten zien dat je humor hebt, je kunt het ijsbreken, zorgen dat mensen zin hebben om door te lezen.

Zo kan het ook, laat Kristy Fanton zien:



Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie

The Middle Finger Project.

Als je je bedrijf The Middle Finger Project noemt kan je bij mij niet meer stuk.

Ik hou van de stijl van Ash Ambirge!

Kijk, dit kleine pareltje. Grappig toch?

**Follow your passion—unless
you're a serial killer.**

Even bellen?

Aangenaam! Johan Stevens, ik help ondernemers en bedrijven met een goed verhaal, menselijk. Met communicatie die zorgt voor reuring, verbinding en bekendheid. Daarnaast schrijf ik verhalen en columns over ons bijzondere mens soort en schone schijn.

Wil je samen onderzoeken hoe jouw communicatie interne én extern menselijker en raken kan worden, met af en toe een druppel humor? Ik help graag.

[Stuur een mail en we doen koffie, via de video of live.](#)

Zo doe je dat: een grammetje humor in je communicatie