

VLOTTE PEN EN OOG VOOR TAAAL

Maakt of kraakt taal
een eenmanszaak of kmo?



EDRIS VAN LIL
NATHALIE DE BOECK

VLOTTE PEN EN OOG VOOR TAAL

Maakt of kraakt taal een eenmanszaak of kmo?

WAT?

- 1-jarig PWO-project (= praktijkgericht wetenschappelijk onderzoek)
- Arteveldehogeschool: ENW Business & Management
- Organisatie en Management - Bedrijfsmanagement

WAAROM?

- Impact van taal (taalfouten, maar ook wervend schrijven) in kaart brengen, zowel wat consumenten betreft als kmo's/eenmanszaken.
- Tools/dienstverleningen aanreiken en, idealiter, ontwikkelen.

WIE?

- Edris VAN LIL
- Docente Communicatieve Vaardigheden, Copywriting & Storytelling en Onderzoeksvaardigheden
 - Coach Talent Lab
 - Coach Bachelorproeven
 - Taalcoach Organisatie en Management
 - Enthousiaste onderzoekster

Edris.vanlil@arteveldehs.be



- Nathalie DE BOECK
- Enthousiaste lector (International) Marketing & Communication
 - Start-upcoach van (student-) ondernemers
 - Leergierige onderzoekster
 - Ondernemster *pur sang*

Nathalie.deboeck@arteveldehs.be



ONDERZOEKSPOPULATIE

Enquête:

600
respondenten

Interviews:

23
ondernemers

11
retailsector

12
dienstensector

10
eenmanszaken

13
kmo's

A/B-testing:

20
interviews

HOE?

Tweeledig onderzoeksofzet



consumenten
impact taal op websites/-shops



kwantitatief (enquêtes)

1. Algemeen: hoe vertrouwd met websites/webshops/online aankopen?
2. Belang taal websites/webshops
3. Taalgevoeligheid



experimenteel (A/B-testing)

WERVEND SCHRIJVEN
(wat?, opgemerkt? ...)

TAALFOUTEN
(welke?, frequentie?, wegklikken? ...)



kmo's/eenmanszaken
noden/behoefes



kwantitatief (interviews)
retail + diensten

1. Ondernemersprofiel, onderneming & inhouse-expertise
2. Opbouw websites/webshops
3. Taal + dienstverlening

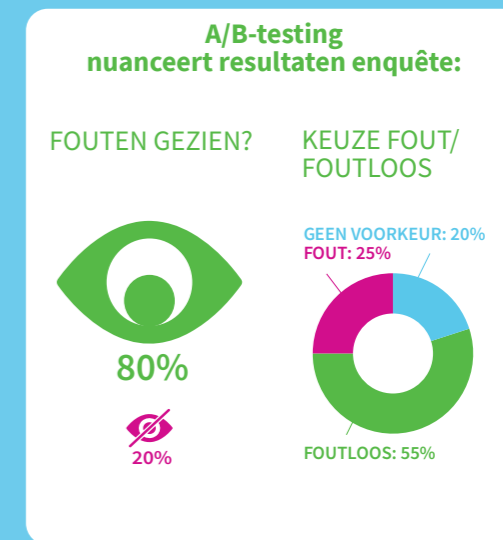
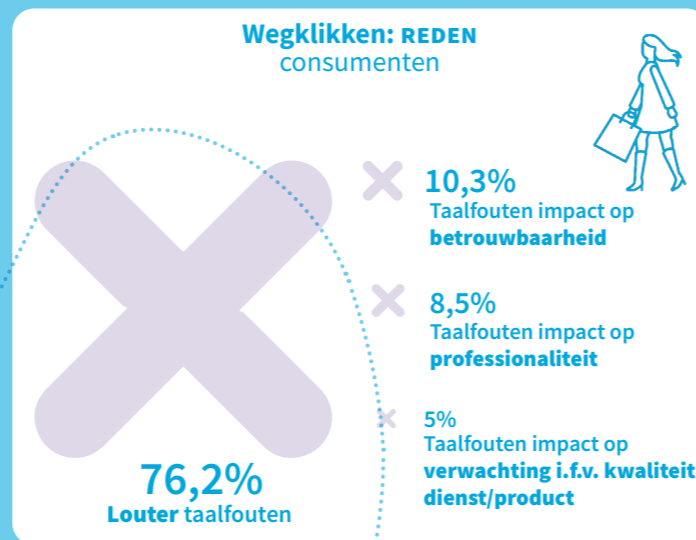
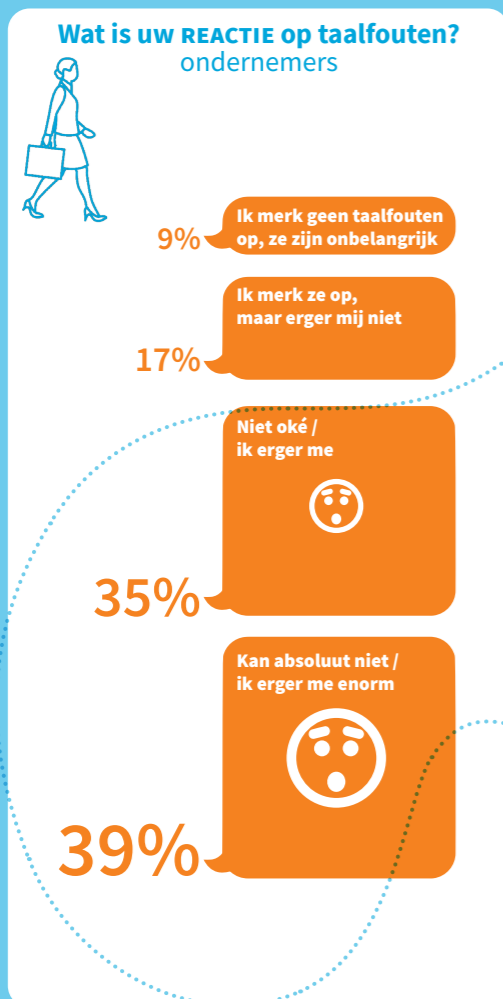


observatie/analyse

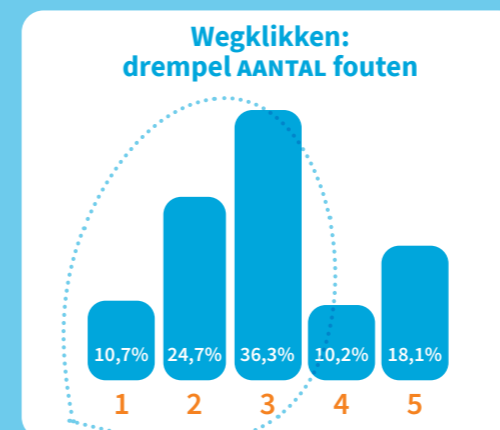
- good practices
- welke noden?
- analyse van bestaande websites/webshops

VRAAG 1

HEB BEN ONDERNEMERS EN CONSUMENTEN (ONBEWUST) AANDACHT VOOR TAAL?



± 75% van de ondernemers en de consumenten ergert zich aan taalfouten



± 72% van de consumenten klikt weg vanaf 3 taalfouten

55% kiest voor de foutloze versie en verbindt hieraan bepaalde overtuigingen

Actief vragen naar feedback helpt om fouten zoveel mogelijk te detecteren en de leesbaarheid van een website/webshop te verbeteren.



VRAAG 2

HEEFT TAAL EEN INVLOED OP HET IMAGO, HET VERTROUWEN EN DE KOOPINTENTIE?

IMPACT TAAL OP IMAGO VAN HET BEDRIJF



TAALFOUTEN beïnvloeden mijn visie op het imago van het bedrijf

NEE 27,5%

JA 72,5%

WERVENDE TAAL beïnvloedt mijn visie op het imago van het bedrijf

NEE 46,5%

JA 53,5%

IMPACT TAAL OP VERTROUWEN IN HET BEDRIJF



TAALFOUTEN beïnvloeden mijn vertrouwen in het bedrijf

NEE 32,6%

JA 67,4%

WERVENDE TAAL beïnvloedt mijn vertrouwen in het bedrijf

NEE 16,8%

JA 83,2%

IMPACT TAAL OP KOOPINTENTIE



TAALFOUTEN beïnvloeden mijn koopintentie

NEE 34,8%

JA 65,2%

WERVENDE TAAL beïnvloedt mijn koopintentie

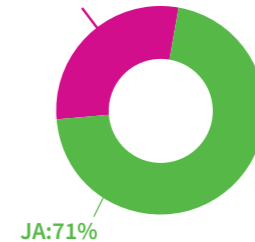
NEE 40%

JA 60%

A/B-testing bevestigt deze resultaten en versterkt de impact op de koopintentie:

HEB BEN DE FOUTEN EEN IMPACT OP DE KOOPINTENTIE? (N=14)

NEE: 0%
GEEN FOUTEN GEZIEN: 29%



TAALFOUTEN WERVENDE TAAL



TAALFOUTEN WERVENDE TAAL



TAALFOUTEN WERVENDE TAAL



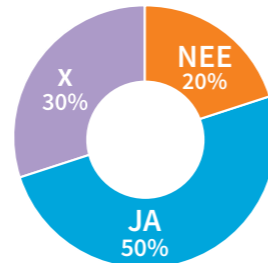
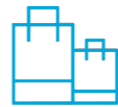
GEVAAR!

Afzien van koopintentie bij taal fouten en niet-wervend taalgebruik
► economische impact

VRAAG 3

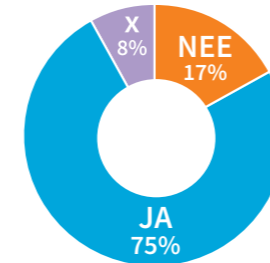
HEBBEN ONDERNEMERS NOOD EN BEHOEFTE AAN TALIGE ONDERSTEUNING?

RETAIL: BEHOEFTE/NOOD AAN WERVEND SCHRIJVEN



Retailsector heeft een grotere nood aan ondersteuning voor wervend schrijven.

DIENSTEN: BEHOEFTE/NOOD AAN TAALONDERSTEUNING



Dienstensector heeft een grotere nood aan algemene taalondersteuning.

AANDACHTSPUNTEN ONDERSTEUNING

1. Persoonlijk / 'op maat' / authentiek
2. Klantgericht schrijven: 'juiste taal op het juiste moment'
3. Flexibele beschikbaarheid: 24/7
4. Inspiratie en ideeën opdoen: ontbreekt aan expertise en tijd
5. Zelfredzaamheid ► ondernemers willen leren om daarna zelf aan de slag te kunnen

VORMEN VAN ONDERSTEUNING

1. Individuele coaching
2. Digitale ondersteuning (als aanvulling)