

EXPERTISE

Al meer dan 50 jaar strijden we voor een meer rechtvaardige wereld. Onze communicatie kenmerkt zich door **professionalisme, ervaring & thought leadership**. We weten waarover we spreken en doen dat **duidelijk, nauwkeurig** en met **diepgang**.

We schrijven en spreken met zelfvertrouwen. Niet vanuit een arrogantie, maar vanuit onze expertise en overtuiging dat het anders kan. Dat het beter kan.

DO

- Communiceer met **zelfzekerheid**, met **gezag**.
- Wees **helder & to the point**. Makkelijk is soms moeilijk. Toch doen we ons uiterste best om bij complexe mondiale problemen enerzijds 'the bigger picture' te schetsen, maar ook de essentie mee te geven.
- Die essentie is een **single minded boodschap**. Houd bij elke communicatie de key takeaway voor ogen. **Herhaling** helpt daarbij.
- **Structuur** bij langere copy is cruciaal:
 - 1) schets het probleem
 - 2) verduidelijk waarom dit óók een probleem is voor de lezer
 - 3) deel de oplossing(en) + stimuleer actie.

DON'T

- Je hoeft **niet te ROEPEN** om een punt te maken.
- Wees **niet neerbuigend** of **intimiderend**.
- Vermijd woorden als 'misschien', 'mogelijks', 'wij geloven', 'het zou kunnen dat'. -> **Maak statements**.

ENGAGEMENT

Engagement, wilskracht en energie zijn de grootste krachten bij 11.11.11. We willen mensen bewegen. Bewegen als in: raken, maar ook letterlijk: **aanzetten tot actie**.

Om mensen te bewegen, moet je lef tonen. Wie appels wil, moet aan de bomen schudden.

DO

- We zijn **scherp**. Recht voor de raap, maar **steeds respectvol & beheerst**.
- *"Een stomp in de maag, en krul in de staart"* is een goede leidraad voor onze communicatie. Start gerust met een provocerende boodschap, maar wees **'ultimately optimistic'**. Geef perspectief. Zeg bv. nooit 'Dit is het einde.'
- Je kan ook scherp zijn **zonder woorden** te gebruiken. Met symboliek of zelfs met design.

DON'T

- Scherp, maar **niet militant**.
- **Niet defaitistisch** of **cynisch**.
- Houd mensen een spiegel voor, maar **wijs niet met de vinger**.
- Mondiale thema's zoals armoede zijn van nature emotioneel geladen topics. Als we op emoties spelen, doen we dit op een waardige manier. **We blijven weg van #sadvertising of #povertyporn**.

VERBINDING

11.11.11 is een **verbinder** op verschillende vlakken. We verbinden:

- Mensen en organisaties.
- Internationaal.
- Thema's zoals klimaat en mensenrechten.

Dankzij onze brede blik zien we de verbanden en kunnen we **structurele oplossingen** aanreiken.

DO

- We zijn mensen. En onze lezers zijn dat ook. Onze taal verbindt. Met woorden die echte personen gebruiken, zoals in een gesprek. Niet 'de vrijwilliger', 'onze koepel' of 'Bij 11.11.11. vinden we dat ', maar '**wij**' en '**jij**'.

- **Empatisch** en **inclusief** taalgebruik.

- Breng **authentieke, menselijke verhalen**. Durf je **kwetsbaar** opstellen.

DON'T

- **Voer geen monoloog**, maar ga het gesprek aan. Stel ook eens een vraag.

VERNIEUWING

11.11.11 is een **gevestigde waarde** met een **sterke legacy** en **credibiliteit**. Toch hebben (weliswaar sympathieke en impactvolle) lokale inzamelacties te voordele van 11.11.11 een weinig aspirationele en activistische uitstraling.

We kunnen een breder, nieuw publiek bereiken. Dat ongelijkheid grote problematische gevolgen heeft, is ondertussen mainstream geworden. Denk aan bewegingen als **#BLM** en **#metoo**. Hen (wie zijn hen?) bereiken we met een **fris, eigentijds discours**, over de verschillende platformen heen.

DO

- Informeel taalgebruik. We geven de voorkeur aan '**je**' in plaats van '**u**'.

- **Engels moet kunnen**. Zolang de woorden deel uitmaken van ons **alledaags taalgebruik**. Het kan voor wat extra 'punch' zorgen.

- **Beelden** communiceren ook en winnen aan belang in een gedigitaliseerde wereld.

- Als we het **met minder woorden** kunnen zeggen, doen we het met minder.

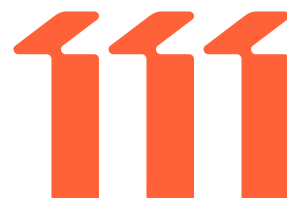
- **Vermijd frictie**. De acties die we vragen of de oplossingen die we aanreiken maken we readily available.

DON'T

- Blijf weg van stoffig, archaisch taalgebruik.

- **Vermijd technische termen/jargon** of leg ze meteen uit. Zoals bv. 'pushbacks'.

- Lange teksten zonder structuur.



11 VU1STREGELS VOOR STERKE COPY

1. Schrijf zoals je spreekt.
2. Start met een stomp in de maag. Eindig met een krul in de staart.
3. Als je het met minder woorden kan, doe het dan met minder.
4. Als je het zonder woorden kan, doe het dan zonder.
5. Vermijd frictie. Maak acties en oplossingen readily available.
6. Houd telkens de single minded boodschap voor ogen.
7. Mix it up. Ga in dialoog, stel ook eens een vraag.
8. Blijf weg van #sadvertising en #povertyporn.
9. Ga voor een duidelijke structuur bij langere copy.
10. Keep it simple. Leg complexe mondiale problemen zo eenvoudig mogelijk uit.
11. Wat zou een inspirerend empathisch leider als Vincent Kompany zeggen?