

Tool Trusty product: checklist

Datum: 7 mei 2013

VRAAG	Ja	Neen
Inhoudelijk		
○ Duurzaamheid : noteer de datum van publicatie		
○ Noteer referenties <ul style="list-style-type: none"> ▪ Contactgegevens voor meer achtergrondinfo of bijbestellen ▪ Verantwoordelijke uitgever, organisator en medewerkers 		
○ Verwijs naar andere informatiebronnen wanneer dit zinvol is		
○ Vermeld bereikbaarheid (& openingstijden waar zinvol)		
○ Vermeld de kostprijs waar dit van toepassing is (bv. deelname activiteit,...)		
○ Vraag feedback: “Klachten, opmerkingen, suggesties? Laat ze ons weten via		
○ De boodschap is onafhankelijk van religieuze, politieke, of commerciële beïnvloeding		
○ Communiceer de visie van de organisatie helder en open naar de buitenwereld		
Redactionele karakteristieken		
○ Gebruik eenvoudige, korte zinnen		
○ Zorg dat de tekst vrij van jargon is		
○ Schrijf alle woorden voluit		
○ Elke zin bevat slechts 1 boodschap		

○ Zorg ervoor dat de tekst ingedeeld is in korte stukjes met tussentitels		
○ Gebruik lijstjes of tabellen om de tekst overzichtelijk te maken		
○ Zorg dat de tekst objectief en betrouwbaar is		
○ Gebruik actieve taal (geen “worden”)		
○ Formuleer een titel die to the point is		
○ Schrijf “activerend”: zorg dat de tekst uitnodigt tot gesprek		
Vormgeving		
○ Kies drager(s) in functie van de (sub)doelgroep		
○ Gebruik een inhoudstafel bij grote publicaties		
○ Breng een duidelijke en eenvoudige structuur aan		
○ Ondersteun de boodschap met beeld		
○ Zorg dat de (sub)doelgroep zich herkent in dit beeldmateriaal		
○ Gebruik relevant beeldmateriaal		
○ Gebruik een duidelijk leesbaar lettertype		
○ Zet zo weinig mogelijk tekst in cursief of in hoofdletters		
○ Zorg dat alle tekst op een effen achtergrond staat en goed leesbaar is		
○ Duidelijke herkenbaarheid: huisstijl van de organisatie, formaat, kleur, foto's...		
○ Zorg voor een toegankelijk digitaal alternatief voor de geschreven tekst		

Verspreiding		
○ Verspreid de informatie op plaatsen waar de (sub)doelgroep komt		
○ Bepaal wanneer je de informatie gaat verspreiden		
○ Beslis of je de informatie doorgeeft aan intermediairen uit de omgeving van de (sub)doelgroep of dat de doelgroep de info persoonlijk ontvangt		
○ Gebruik een “teaser” om de aandacht te trekken Bv. een gadget, ...		
○ Zorg dat mensen zonder voorkennis de info gemakkelijk vinden via internet		