1. **Welke soorten zakelijke brieven zijn er?**

**Sollicitatiebrieven.** Het type brief dat iedereen eens in de zoveel tijd schrijft. Voor de sollicitatiebrief gelden aparte richtlijnen wat betreft opmaak en taalgebruik. Vraag in het forum hulp aan anderen en geef commentaar op sollicitatiebrieven van anderen.

**Klachtenbrieven**. Bijna ieder bedrijf krijgt ermee te maken: het beantwoorden van klachten. Of de klager nu wel of geen gelijk heeft, het is altijd van groot belang dat hij netjes antwoord krijgt. Schiet in je brief dan ook niet meteen in de verdediging. Besteed in de eerste alinea aandacht aan de klacht: herhaal de klacht van de klant en zijn wens. In de tweede alinea vermeld je of de klant in zijn gelijk wordt gesteld. Wanneer dit niet het geval is, moet je je woorden zorgvuldig wegen. Slecht nieuws op een goede manier brengen is lastig. Verdoezel in ieder geval de slechte boodschap niet. Leg altijd uit waarom je niets aan de klacht kunt doen. Schrijf to the point.

**Gelegenheidsbrieven**. Je zakelijke relaties uitnodigen voor een nieuwjaarsborrel, feliciteren met de oprichting van een nieuwe vestiging, of condoleren met het overlijden van een naaste collega. Je kunt het allemaal per brief doen. Voor dit soort brieven geldt: **denk aan de ontvanger**. Schrijf vanuit zijn perspectief. Maak van een uitnodiging dan ook geen zoekplaatje, maar vertel meteen waarom en waarvoor je iemand uitnodigt, wanneer en waar iets plaatsvindt.

**Betalingsherinneringen**. Om geld vragen is nooit leuk, maar soms moet je bijvoorbeeld wel iemand per brief op zijn betalingsverplichtingen wijzen. Ook al heb jij recht op dat geldbedrag en is het zeer irritant dat je al weken op de betaling wacht, wees in je brief niet te streng. Liever niet: "U dient binnen veertien dagen te betalen." Door dergelijk streng taalgebruik bereik je vaak het tegenovergestelde. Je legt de lezer heel dwingend iets op, waardoor die juist minder bereid is tot actie over te gaan. Een herinneringsbrief moet altijd concreet, vriendelijk en persoonlijk zijn. "Het zou kunnen zijn dat u de factuur over het hoofd heeft gezien." Betaalt de klant vervolgens nog niet, dan wordt je toon in de volgende herinnering dwingender.

**Bevestigingsbrieven**. Per brief bijvoorbeeld de gemaakte afspraken bevestigen, kan kort en krachtig. Meestal tellen bevestigingsbrieven maar één of twee alinea’s. Bevestigingsbrieven worden meestal per post verstuurd als de afzender het officiële karakter ervan wil benadrukken: bijvoorbeeld als er juridische consequenties aan de gemaakte afspraken zijn verbonden.

**Productbrieven**. Wanneer een klant een boek, cd of een ander product bestelt, stuur je met de bestelling een brief mee. Je beschrijft daarin kort het bestelde product, je vermeldt je contactgegevens voor verdere informatie en bedankt de klant voor zijn aankoop.

**Facturen**. Net zoals bij een uitnodiging moeten facturen ook overzichtelijk zijn. De ontvanger moet in één oogopslag zien wat hij moet betalen en aan wie.

**Bedankbrieven**. Als iemand iets speciaals voor je heeft gedaan, geld heeft gedoneerd of je een nuttige netwerktip heeft gegeven, dan is een bedankbrief op zijn plaats. Een bedankbrief vereist oprechtheid, omdat de ontvanger hem anders als slijmerig ervaart.

1. **Hoe schrijf je een zakelijke brief?**

Je van tevoren af te vragen **waarom** je een brief schrijft. Door te bedenken wat het doel is van je brief, kun je gemakkelijker de indeling en de toon ervan bepalen. Moet je bijvoorbeeld vervelend nieuws melden, dan is het onverstandig om je brief hiermee te openen.

De informatie die je in je brief kwijt wilt, te verzamelen, in **trefwoorden** te benoemen en te rangschikken. Vaak wil je in je brief verschillende punten behandelen. Door alle punten op een rij te zetten, krijg je een overzicht van de informatie die je allemaal in je brief moet verwerken. Je kunt nu gemakkelijker tot een goede indeling van een brief komen. Bijvoorbeeld: in de eerste alinea nodig je iemand uit en vertel je waarom hem uitnodigt. In de tweede alinea volgt de gedetailleerde informatie over de bijeenkomst. En in de derde alinea meld je waar de lezer eventueel meer informatie kan verkrijgen over de bijeenkomst. Je sluit af met de vraag "of de ontvanger zijn aanwezigheid wil bevestigen".

**Alinea's** goed samen te stellen en ze logisch op elkaar aan te sluiten. In een alinea staat de belangrijkste informatie meestal aan het begin. Alinea’s onderscheid je van elkaar met witregels.

**Niet overdreven beleefd** te schrijven. Gebruik in je brief geen uitdrukkingen of woorden die je in een normaal zakelijk gesprek ook niet gebruikt. Dit leidt alleen maar af van de eigenlijke boodschap. Vervang bijvoorbeeld "Ten aanzien van uw klacht kan ik u het volgende mededelen" door "Het antwoord op uw klacht is...". "Met betrekking tot" is gewoon "over".

Je tijdens het schrijven te **verplaatsen in de lezer**. Bedenk wat de lezer al weet. Die informatie kun je dan in je brief achterwege laten. Ga na wat voor de lezer belangrijk is en stel die informatie vervolgens centraal in je brief.

Schrijf **persoonlijk**. Spreek de lezer direct aan. Dus niet: "De abonnee", maar "u". Hierdoor voorkom je dat de lezer zich niet persoonlijk aangesproken voelt.

**Clichézinnen** te vermijden. Bijvoorbeeld: "Naar aanleiding van uw schrijven delen wij u mede..." of "Wij zien gaarne zo spoedig mogelijk uw antwoord tegemoet." De lezer vindt deze zinnen irritant en onpersoonlijk.

Een brief altijd zo **concreet** mogelijk te openen of af te sluiten. Bijvoorbeeld: "Vanwege mijn vakantieplannen kan ik niet bij de vergadering van 21 maart aanstaande aanwezig zijn."