

Whitepaper of white paper? *Specifieke informatie achter een wit blaadje*



Hoe schrijf je het eigenlijk?

Wat spelling betreft, geeft het internet geen duidelijkheid over whitepaper of white paper. Het mag allebei. Een eventuele vertaling is ook mogelijk: witboek. Jammer genoeg wordt dat woord eigenlijk zelden gebruikt tot nu toe. Witboek is eigenlijk best een mooie term en ik zal het vanaf nu vaker gaan gebruiken. Ook als mooie tegenhanger van het fenomeen zwartboek, dat we dan weer wel kennen.

In de technische bedrijfstakken is de term whitepaper heel gebruikelijk, terwijl in het publieke domein vaker gesproken wordt over een white paper. Hoe je het ook wendt of keert, het is en blijft een tekst met diepgaande en specifieke informatie over een concreet probleem of vraagstuk.

Doel van het witboek

Whitepapers worden zowel in het publieke domein als het bedrijfsleven gebruikt en helpen de lezer bij het nemen van een beslissing door een specifiek vraagstuk uit te werken en te verhelderen. Meestal wordt het onderwerp gedetailleerd beschreven en gedefinieerd, daarna volgt een uitwerking van één of meerdere oplossingen. Een goede whitepaper is niet commercieel ingericht, maar inhoudelijk en vaak vaktechnisch en praktisch opgezet.



Voorheen was het een document dat gebruikt werd door de Britse overheid waarmee ze reacties op voorgenomen beleid peilden. Het voorgenomen beleid werd gepresenteerd in een document met een witte voorkant of omslag. Vandaar de naam. In Nederlandse organisaties wordt een dergelijk document ook wel gids, eBook, stappenplan, beleidsvoornemen of visiedocument genoemd.

Gewenste vorm

De tekst van een whitepaper beslaat gemiddeld drie tot acht pagina's. Minder dan drie pagina's wordt een artikel en meer dan acht pagina's wordt vaak een eBook genoemd. Het eindresultaat wordt digitaal aangeboden in PDF formaat, ofwel intern in de organisatie, dan wel gepubliceerd op de website of opgestuurd per e-mail naar betrokken partijen. Soms wordt een witboek op papier gedrukt om uit te delen op een beurs of bijeenkomst of aan klanten mee te geven.

De basis van een relatie

Een witboek is heel geschikt om je (vak)kennis te delen, autoriteit op te bouwen en je op een positieve manier te verbinden met je lezers en klanten.

Het komt regelmatig voor dat bedrijven een whitepaper gebruiken om informatie van hun lezers te genereren. Potentiële lezers kunnen een whitepaper pas downloaden nadat ze persoonlijke gegevens hebben achterlaten. Persoonlijk vind ik dit jammer omdat het de boodschap 'quid pro quo' oftewel 'voor wat hoort wat' uitzendt. Het is belangrijk te bedenken op welke basis je een langetermijnrelatie met je doelgroep wilt aangaan.

Als je het mij vraagt, dan vind ik het onvoorwaardelijk aanbieden van interessante, specifieke informatie via een witboek een uitgelezen kans om een gedegen fundament te leggen voor een langetermijnrelatie met je klanten.

Goede vindbaarheid

Een whitepaper is op internet ook vindbaar in zoekmachines. Dus, hoe vaker het document wordt gedownload en dat gecombineerd met een goede titel, relevante zoekwoorden en links, kan een witboek zomaar een hoge positie bereiken in zoekresultaten.

Wil je vakkennis, specifieke informatie of oplossingen door producten of diensten delen met je lezers en klanten, dan is een whitepaper of witboek daar hét medium voor. Ik zoek het graag voor je uit en zet het op hagelwit papier!

[Door Esther Vroklage-Hoek voor Tekstbureau Blanche-Fleur 3-12-2020](#)