

English, in other words

"Do I hit the mark when I communicate with my clients? Is my approach exactly what's called for? It's the *nightmare* of every marketer. Or more accurately: the *dream* we try to turn into a reality at Desmyttere Marketingadvies. And whether it's in blog or book form, we help marketers achieve this dream through our own marketing tips: clear language and simple case studies. This way, they are sure to hit the bullseye." Pearls of wisdom from Peter Desmyttere, General Manager.

Cold and clinical? No, thank you.

Peter: "Concrete marketing tips that are a pleasure to read? We wrote them in Dutch, but we knew that they would work in English too. But not with a literal translation: that would be as cold and clinical as a dictionary. And that's simply not us. Which is why we looked to Schrijf.be, who immediately understood what we needed: an English copywriter, not a translator."

Translator? No, thank you.

A translation degree will not get you a job at Schrijf.be copywriting. They only put commercial copywriters at your service. Like Vaughn, who never *translates*, but *transforms* a Dutch source text into an English version that still hits home. His translation keeps the message intact. He just packages it in vocabulary, style and grammar that are truly English.

New assignment? Different approach!

Peter Desmyttere: "In the past few years, we have called on Vaughn a good number of times. And what really stands out: he approaches marketing tips aimed, for instance, at the fashion industry, differently to a contract with a statistics bureau. Which means we always receive the text we are looking for. With the right words, the right tone and, most important of all, the right approach."

Engels, met andere woorden

"Raak ik wel de juiste snaar in de communicatie met mijn klanten? Zit mijn aanpak snor? Het is de nachtmerrie van iedere marketer. Of beter: de droom die we bij Desmyttere Marketingadvies realiseren. En we voegen de daad bij het woord in onze eigen marketingtips – in blog- én in boekvorm. Heldere taal en eenvoudige casestudies: daarmee scoren ze." Aan het woord is Peter Desmyttere, bedrijfsleider.

Kil en klinisch? Nee, dank u.

Peter: "Concrete marketingtips die een plezier zijn om te lezen? Dat moest ook in het Engels lukken, wisten we. Maar níét met een letterlijke vertaling: die zou kil en klinisch als een woordenboek klinken. En zo zijn wij helemaal niet. Dus keken we richting Schrijf.be, dat meteen begreep wat wij nodig hadden: een Engelse copywriter, geen vertaler."

Vertaler? Nee, dank u.

Vertaler? Dan kom je niet aan de bak bij Schrijf.be copywriting. Want daar zwaaien commerciële tekstschrijvers de plak. Zoals Vaughn, a native English copywriter. Hij vertaalt nooit een tekst, maar hertaalt hem. Que?! Hij herschrijft de Nederlandse brontekst in het Engels. Het resultaat: integraal leesplezier. Want de hertaling laat de boodschap intact. Maar verpakt ze in een stijl, zinsbouw en woordenschat die écht 'Engels' zijn.

Nieuwe opdracht? Andere aanpak!

Peter Desmyttere: "In de afgelopen jaren deed Vaughn al een flink aantal hertalingen voor ons. En wat opvalt: marketingtips voor bijvoorbeeld de mode-industrie pakt hij anders aan dan een contract met een statistiekenbureau. Zo kunnen wij er altijd van op aan dat we de tekst krijgen die we voor ogen hadden. Met de juiste woorden, de juiste toon en, het belangrijkste van al, de juiste aanpak."