

**Paspoort**

**Naam:** Myranda Heres

**Leeftijd:** 39

**Functie:** Eigenaar Tekstbureau Textmaniac

**Lijfspreuk:** Durf je kop boven het maaiveld uit te steken!

**Droomt van:** Het schrijven van een bestseller. Het idee ligt er al.  
Nu de tijd nog vinden.



## LADIES IN BUSINESS

In de serie Ladies in Business belicht Issue Magazine vrouwen die 'hun mannetje staan' in het zakenleven. Deze lady is bij veel Issue lezers wel bekend. Ze schrijft tot grote tevredenheid van vele klanten en lezers regelmatig artikelen in ons magazine. Maar ze schrijft nog veel meer. Dames en heren, meet Myranda Heres, oftewel Textmaniac.



**Tekstschrijver word je niet zomaar. Dat merken we al snel wanneer we met Myranda aan tafel zitten. De kunst van het schrijven is een gegeven iets. Een talent. Gooi daar een flinke dosis inlevingsvermogen, energie en ervaring bij en je hebt Textmaniac.**

***‘Natuurlijk gebruik je je vrouwelijkheid. Net zoals mannen hun mannelijkheid gebruiken. Ik noem het liever charme. Maar het allerbelangrijkste is natuurlijk dat je goed werk levert. Punt.’***

#### **Wat vind je leuk aan dit vak?**

‘Ik zou niets liever doen. In teksten kun je alles kwijt. Teksten zijn voor bedrijven van groot belang. Goede teksten dan. En dan heb ik het niet alleen over grammatica en stijl. Teksten moeten lekker lopen. Een begin, kern en eind hebben. Ze moeten uitnodigen om verder te lezen. Teksten moeten doelgericht zijn. Wanneer ik een zakelijke website schrijf, duik ik eerst helemaal in de organisatie. Ik proef, ruik, luister en vraag. Alleen dan kun je de juiste tekst schrijven. Je moet verwoorden wat de ondernemer denkt. En wanneer een bedrijf dan een maand later belt voor een brochure of nieuwsbrief, weet ik precies wat de bedoeling is. Ik ken het bedrijf immers. En ik heb er feeling mee. Dat is voor veel bedrijven natuurlijk een interessant gegeven.’

#### **Wat doet Textmaniac?**

‘Textmaniac schrijft en redigeert teksten voor redactionele artikelen, websites, brochures, columns, nieuwsbrieven... Noem maar op. Mijn klanten zijn heel divers. Voor Stichting Elisabeth heb ik bijvoorbeeld de website, het laatste jaarbericht en een serie sfeerartikelen voor publicatie geschreven. Voor LCT Maatkleding schrijf ik regelmatig de nieuwsbrieven over de nieuwste collecties. Dat zijn twee totaal verschillende organisaties. Ouderenzorg versus high fashion maatkleding. Dat is nou juist zo leuk aan dit vak. Je komt overal en verdiept je in de meest uiteenlopende zaken, om er vervolgens goede teksten voor te schrijven. Ik werk veel samen met Grafisch Ontwerpbureau Het Dok. Ontzettend creatieve jongens, waar ik regelmatig mee aan tafel zit om te brainstormen over een nieuw product.’

#### **Wat zijn de voor- en nadelen van vrouw zijn in dit vak?**

‘Ik geloof niet dat er specifieke voor- of nadelen zijn. Ik geloof meer in de voor- of nadelen van een mens. In dit vak is het heel

belangrijk dat je gemakkelijk contact maakt met mensen en dat je je goed kunt inleven. In een interview moet er een gevoel van vertrouwen ontstaan. Een goede uitstraling en mimiek zijn daarbij heel belangrijk. Ik denk niet dat je zoiets kunt “faken”. Dat moet je in je hebben. Mensen praten makkelijk met mij. Vertellen veel. Ook “off the record”. Om bijvoorbeeld iets toe te lichten. Dat ligt niet aan vrouwelijke-, maar aan menselijke eigenschappen.’

#### **Maar er komt toch echt iemand binnen als jij binnenkomt. Je ziet er goed uit. Werkt dat soms niet tegen?**

‘Haha. Representatief noemen we dat toch? Ik begrijp wel wat je bedoelt hoor. Mensen oordelen al snel over anderen. Als je er goed uitziet zul je wel een simpele ziel zijn. Nee, ik voel mezelf geen kippetje, popje of zoiets dergelijks. Wanneer ik telefonisch een afspraak maak denken mensen vaak dat er een grote, forse vrouw binnenkomt bij het interview. Dit komt schijnbaar door mijn stem die ietwat aan de zware kant is. Ik houd van stoer én vrouwelijk. In dit vak de perfecte combinatie. Natuurlijk gebruik je je vrouwelijkheid. Net zoals mannen hun mannelijkheid gebruiken. Ik noem het liever charme. Maar het allerbelangrijkste is natuurlijk dat je goed werk levert. Punt.’

#### **Geen last van de crisis?**

‘Tijdens de crisis wordt het kaf van het koren gescheiden. Dit is dé tijd om je als ondernemer goed te profileren. Daar heb je goede websites, brochures en mailings voor nodig. En daarvoor komen ze bij mij. Nee, ik heb geen last van de crisis. De uitdaging spreekt me wel aan!’



**Tekstbureau Textmaniac**  
Tel. 06-24 86 40 14  
info@textmaniac.nl  
www.textmaniac.nl