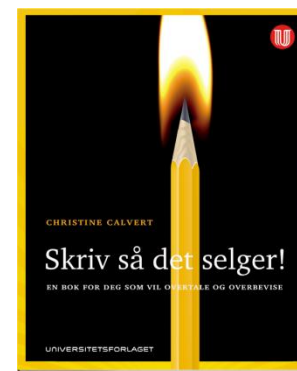




“Skriv så det selger”

Christine Calvert





- 1. To modeller du *må* kjenne til**
2. Persona
3. Fordeler fremfor egenskaper
4. Skriveregler
5. Sjekkliste

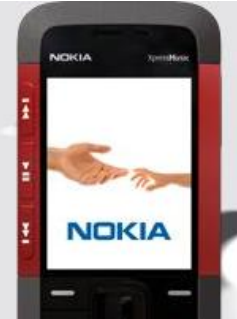
USP

Unique
Selling
Proposition

Stor på lyd - liten i lommen

- | Få mer ut av musikken din
- | Del morsomme øyeblikk med vennene d
- | Musikk slik du ønsker å høre den

Den perfekte balansen mellom stil og musikk.



Jøtul har siden 1853 vært verdens ledende produsent av ildsteder i støpejern.

AIDA

Attention

Interest

Desire

Action



Bedriftsprofil

TEKSTILER/KLÆR

SPORT/FRITID

HUS/HJEM

PROFILARTIKLER

OM OSS

KAMPANJE

WEBSHOP

Du er her: [Forsiden](#) -> [Profilartikler](#)

Profilartikler

Reflekser, krus, penner, drops, halssnorer, paraplyer, nøkkelringer, kontormateriell, klokker, lommelykter etc.

Micanor

www.profilweb.no

PF Concept

[www.promovement-lite.com/
bedriftsprofil/shop.htm?
action=showgroupcat&group=8](http://www.promovement-lite.com/bedriftsprofil/shop.htm?action=showgroupcat&group=8)

Keback

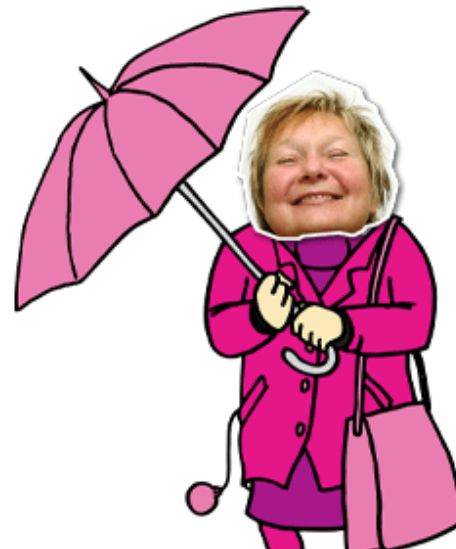
www.keback.se

Zebro

www.zebro.se

Plastprint

www.plastprint.se



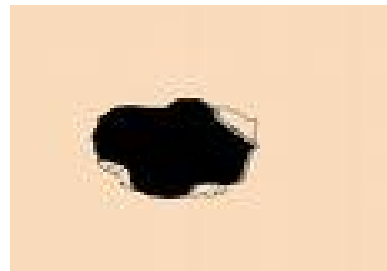
- 1. To modeller du *må* kjenne til**
- 2. Persona**
3. Fordeler fremfor egenskaper
4. Skriveregler
5. Sjekkliste

Persona



- 1. To modeller du *må* kjenne til**
- 2. Persona**
- 3. Fordeler fremfor egenskaper**
4. Skriveregler
5. Sjekkliste

- Egenskaper er visse attributter produktet har
- Fordeler handler om hvordan "produktet" gjør kundens liv bedre



- Egenskap: Arkivet vårt inneholder 500 dokumenter.
- Fordel: Vi tar vare på alt, slik at du finner tilbake til gamle dokumenter og avtaler.

- Egenskap: Vi har 13 ansatte.
- Fordel: Våre arkiveksperter kan hjelpe deg til å finne det du trenger.


- Egenskap: Vi arkiverer alt: dokumenter, e-poster, avtaler ...
- Fordel: Vi tar vare på bedriftens historie.

- Egenskap: Det er viktig at du sender dokumenter over til oss.
- Fordel: Uten arkiv, har vi ingen historie!

resultat en annonse

FINN-kode: 6126149 - sist endret: 15.09.2005 19:17

VATER GIS BORT



Kontakt

Navn
Epost
Telefon


Referanse
Adresse

Pris

Beskrivelse

JEG KLARER IKKE Å BRUKE DET. DET BLIR IKKE RETT.
SELGEREN I BUTIKKEN SIER AT DET IKKE ER NOE FEIL MED VATERT. DET ER VISTNOKK ET ORDENTLIG KVALITETSVATER.
JEG BESTILLER SNEKKER NESTE GANG....VERSÅGOD

Gis bort!

 [Handle trygt med Payex betalingsgaranti](#)

[Forslag til kjøpekontrakt](#)

Info

Hovedkategori Til hus og hage
Underkategori Byggevarer og verktøy

[Lagre annonsen](#) [tips en venn](#) [utskrift](#)

- 1. To modeller du *må* kjenne til**
- 2. Persona**
- 3. Fordeler fremfor egenskaper**
- 4. Skriveregler**
5. Sjekkliste

1. Skriv enkelt, klart og tydelig



Jo enklere språk du bruker, desto lettere er det å forstå teksten.

- Unngå fremmedord.
- Vurder bruken av faguttrykk.
- Vi skjønner ikke ord som "klausulerte", "arkivskaperbeskrivelser", arkivbestand og ...
- "fiche". 😊



De avfalls- og forurensingsproblemer som oppstår under arbeidsprosessene i miljøer med primært nutritive og polydipsilindrende aktiviteter, er tilnærmet proporsjonale med et eventuelt eskalerende numerisk oppbud av kulinarisk skolert personell som er fagmessig engasjert i angjeldende sysler.

2. Kom til poenget



- Det viktigste i en tekst bør stå først. Bruk "den omvendte pyramiden".
- Ofte blir en tekst bedre hvis du stryker de to første setningene.

Et eksempel fra kommunikasjonseksperter ...



Hvis du arbeider med kommunikasjon mellom mennesker, har du noe å hente i Kommunikasjonsforeningen. Kommunikasjonsforeningen er et faglig fellesskap, åpent for deg som arbeider med kommunikasjon.

Unngå:

- Skrivefeil og grammatikalske feil
- Faglige feil

Sett av tid til kvalitetssikring av teksten.



Presentasjonsteknikk - del 2

28. november, Oslo

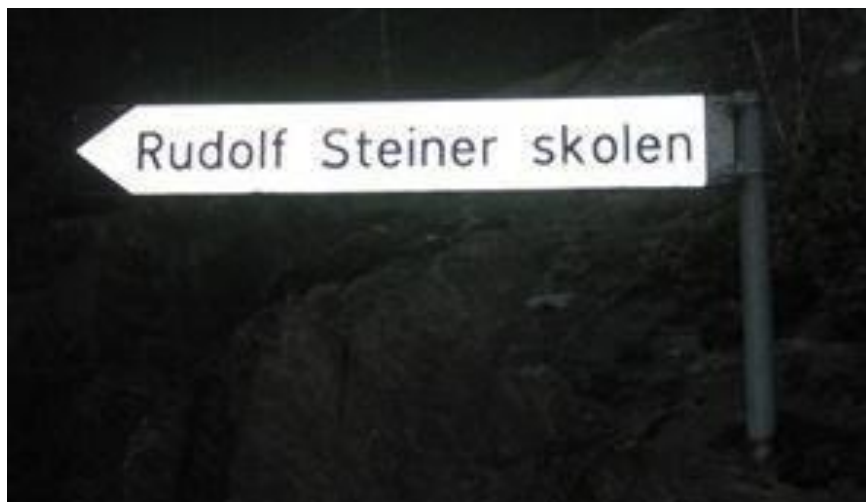
Kurset forutsetter deltakelse på "Presentasjonsteknikk 1".

Målsetting

Kurset gir deg en mer teoretisk og praktisk trening i (retorisk) muntlig formidling. Dette gjør at du blir bedre rystet når du selv skal presentere i møte og forsamlinger, på jobb eller privat.

Andre eksempler...





- Skaper oppmerksomhet
- Viser fordeler – “what’s in it for me”
- Trekker leseren videre inn i teksten

Eksempel:

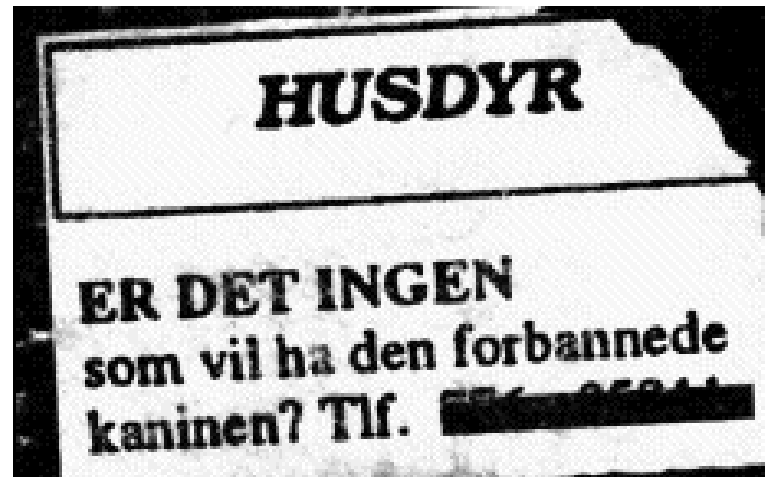
The screenshot shows the FINN.no website interface. At the top, there is a navigation bar with the FINN logo, the word 'torget', and several buttons: 'til forsiden', 'dine annonser', 'kartsøk', 'kontakt oss', and 'hjelp'. Below this, there are tabs for 'gis bort', 'avansert søk', 'resultat', and 'en annonse'. The main content area displays a search result for 'Gal mann ønskes gitt bort' with a FINN-kode of 4912431 and a last update date of 12.12.2004. The description reads: 'Mann med gode kvaliteter, men som driver psykisk terror ønskes gitt bort. Katt og elendig bil følger med. Passer for deg som ønsker en slabbedask av en mann ravende rundt hjemme på trygd. Mottaker betaler porto.' To the right of the description, there is a form with fields for 'Navn', 'Epost', and 'Telefon'. Below this, there is a 'Referanse' field with the value '4912431' and an 'Adresse' field with the value 'Nedre Skistadvei 2, 3053 Steinberg'. There is also a 'Pris' field. At the bottom, there is a 'Gis bort!' section with an 'Info' tab and fields for 'Hovedkategori' (Hobby & fritid) and 'Underkategori' (Annet). On the left side of the page, there is a sidebar with a 'Torget' section containing buttons for 'Sett inn annonse 25,-', 'Til salgs', 'Ønskes kjøpt', and 'Gis bort'. Below this is a 'Du søker:' section with a search type of 'gis bort' and a 'Ja takk!' button. At the very bottom left, there is an 'e-post' field.

- Ta deg tid til kvalitetssikring. Jobb sammen med andre – hvis du kan.
- Les teksten høyt!
- Til slutt: Få en utenforstående til å lese teksten. Hva er det hun ikke forstår? Hva sitter hun igjen med?

- 1. To modeller du *må* kjenne til**
- 2. Persona**
- 3. Fordeler fremfor egenskaper**
- 4. Skriverregler**
- 5. Sjekkliste**

- Hva **vil** du med teksten? **Må du skrive den?**
- Hva er unikt? (USP)
- Hvordan skal du vekke interesse med én gang? (AIDA)
- Hvorfor er produktet/teksten viktig for **målgruppen?** (Fordeler)
- **Hvilken person** skriver du til? (Persona)

Til slutt ... En annonse som oppsummerer det hele ...





Takk for meg! 😊