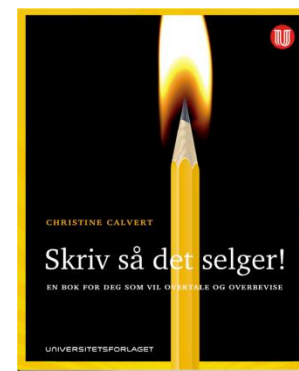




“Skriv så det selger”

## 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.**

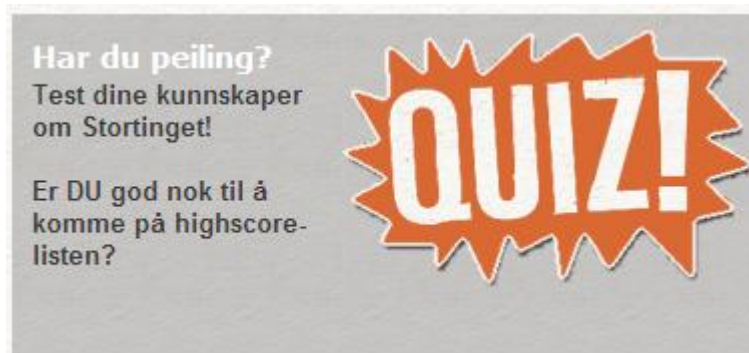
# AIDA

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](http://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

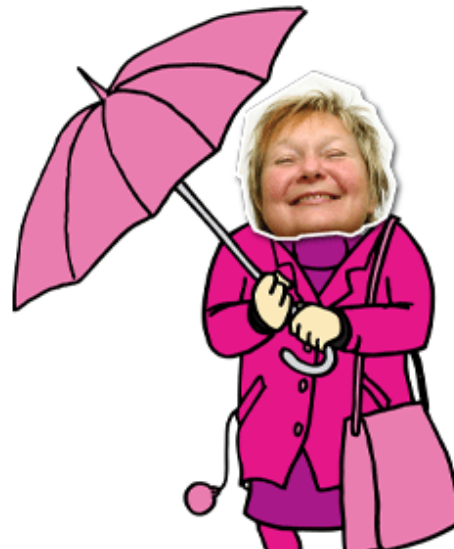
[www.keback.se](http://www.keback.se)

#### Zebro

[www.zebro.se](http://www.zebro.se)

#### Plastprint

[www.plastprint.se](http://www.plastprint.se)



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



- 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



**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


**Kontakt**

Navn  
Epost  
Telefon

Referanse  
Adresse

**Pris**

### 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

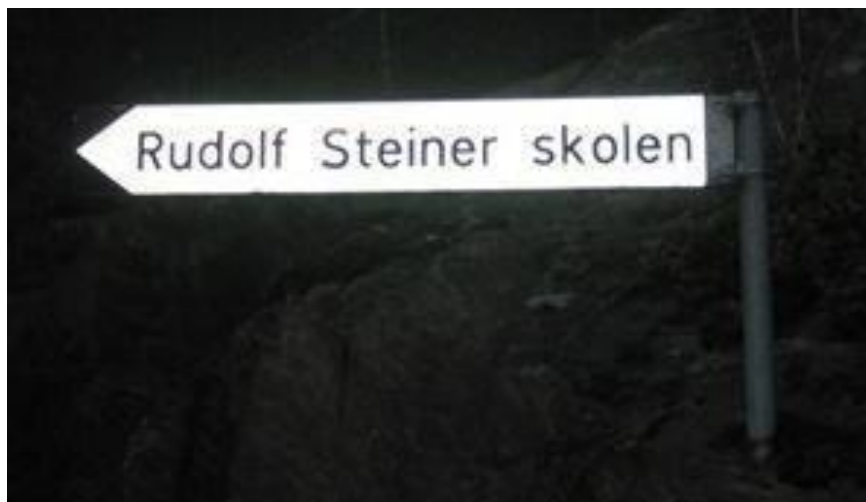
Kurset forutsetter deltakelse på "Presentasjonsteknikk 1".

### 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:

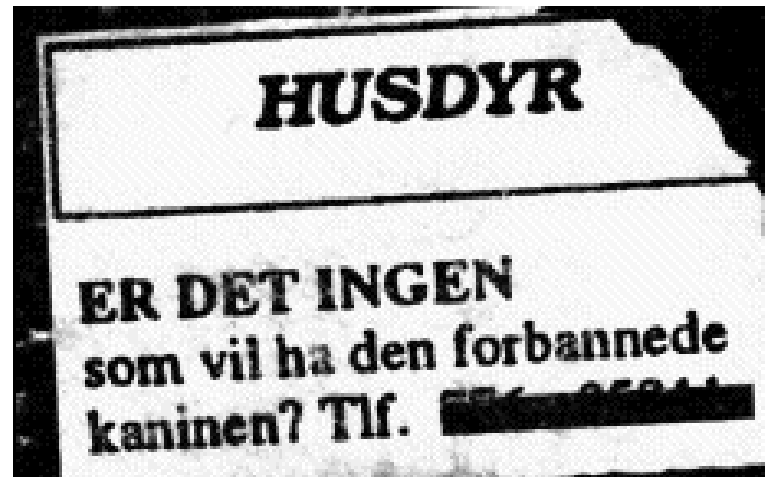
The screenshot shows the FINN.no website interface. At the top, there is a navigation bar with the FINN logo, the word 'torget', and several buttons: 'til forsiden', 'dine annonser', 'kartsøk', 'kontakt oss', and 'hjelp'. Below this, there are tabs for 'gis bort', 'avansert søk', 'resultat', and 'en annonse'. The main content area displays a search result for 'Gal mann ønskes gitt bort' with a FINN logo and a 'flyfoto' icon. 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 list of fields: 'Navn', 'Epost', 'Telefon', 'Referanse', and 'Adresse'. The 'Referanse' field contains the number '4912431'. The 'Adresse' field contains 'Nedre Skistadvei 2, 3053 Steinberg'. Below the address, there is a 'Pris' field. At the bottom, there is an 'Info' section with 'Hovedkategori' (Hobby & fritid) and 'Underkategori' (Annet). On the left side, 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 'Søk type:' dropdown set to 'gis bort', a 'Type søk:' dropdown set to 'torget', and a question 'Skal FINN sende deg slike annonser?' with a 'Ja takk!' button. At the very bottom of the sidebar, 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. Skriveregler**
- 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! 😊