

Skriv tekster der sælger!

Indholdsfortegnelse

Opbygning af annoncer	3
AIDA Modellen	4
EFU-modellen	6
Den omvendte nyhedstrekant	9
Målgruppe	11
Eksempel på god arrangementstekst	12
Praktisk Procesregulering	15
Hvordan læser vi annoncer?	16
Hvordan læser vi annoncer?	17
Godt sprog	18
Overskrifter	19
Godt sprog!	20
Skriv personligt	21
Skriv forståeligt	22
Skriv konkret	23
Opgave	24
Tjekliste <input checked="" type="checkbox"/>	25
Skabelon til parlamentarikere	26

Opbygning af annoncer

AIDA Modellen

(sørg for at modtageren læser din annonce)

Attention → Hov, hvad var det

Interest → Det ser interessant ud

Desire → Det har jeg lyst til

Action → Jeg gør det
Eksempel

Microsoft Project 2007 – få styr på dine ressourcer!

A -attention

Microsoft Project har længe været projektlederens foretrukne værktøj til at styre projekter af enhver art. Du kan nu få Microsoft Project Server i en opdateret version 2007.

I -interest

Den nye version giver dig mulighed for at få styr på dine projekter og ressourcer på tværs af organisationen. Samtidig kan du minimere projektets risici og bedre informere dine interessenter om projektets fremdrift.

På kurset giver Pojectum dig indsigt i de nye og opdaterede funktioner, der gør dig i stand til at:

D-desire

- Se hvilke projekter, der især belaster dine ressourcer
- Få overblik over virksomhedens medarbejdere, så du bedre kan allokere ressourcerne rigtigt
- Styre risici og håndtere problemer, før de opstår
- Strukturere den dokumentation, som projektlederne udarbejder
- Rapportere effektivt på projekt- og ressourceniveau til dine interessenter

Du får indsigt i alle faser af et projekt fra vugge til grav. Vi tager udgangspunkt i et mindre projekt i Project Server 2007.

Begrænsede pladser: Tilmeld dig allerede i dag [her](#) eller på [ida.dk](#) på arr.nr. 99999

A - action

Onsdag den 23. januar kl. 17.00-19.00
Ingeniørhuset i København, kalvebod Brygge 31-33,
København V
Maskinteknisk Gruppe, Københavns Region

EFU-modellen

Egenskaber → Hvad er det? (fakta)

Fordel → Hvad kan det? (funktion)

Udbytte → Hvad får jeg ud af det? Hvad betyder det for mig?

Ingeniører er ofte rigtig gode til at skrive og fortælle om egenskaber. Fakta er også vigtige for ingeniører, så derfor er det relevant at tage dem med i teksten. Men det er endnu vigtigere at skrive om **udbyttet** ved at deltage i arrangementerne!

Udbyttet er det allervigtigste, når du skriver arrangementstekster og annoncer.

Ulrik Wilbek - Skab vinderteams ved motiverende ledelse

Mød Danmarks dygtigste motivator og coach Ulrik Wilbek og få indsigt i, hvordan han skaber vinderteams og får sine spillere til at opnå sublime resultater.

Du får indblik i, hvilke overvejelser Ulrik Wilbek gør sig, når han sammensætter sit hold. Hør, hvordan han bevidst gør brug af sine spilleres forskellighed og coacher hver enkelt spiller, så de bliver selvmotiverende og yder deres optimale - ja, faktisk ofte mere end hvad de selv troede var muligt.

Du hører, hvordan du selv former dig som coach og leder, så du er inspirator for dine medarbejdere. Du skal som leder turde involvere dig, vise sårbarhed og i det hele taget være socialt engageret.

Du får ikke blot inspiration til din lederrolle. Ulrik Wilbek giver dig også opskriften på sine sublime teknikker og værktøjer, som du kan bruge i din hverdag, når du skal skabe arbejdsglæde i dine teams.

Ulrik Wilbek

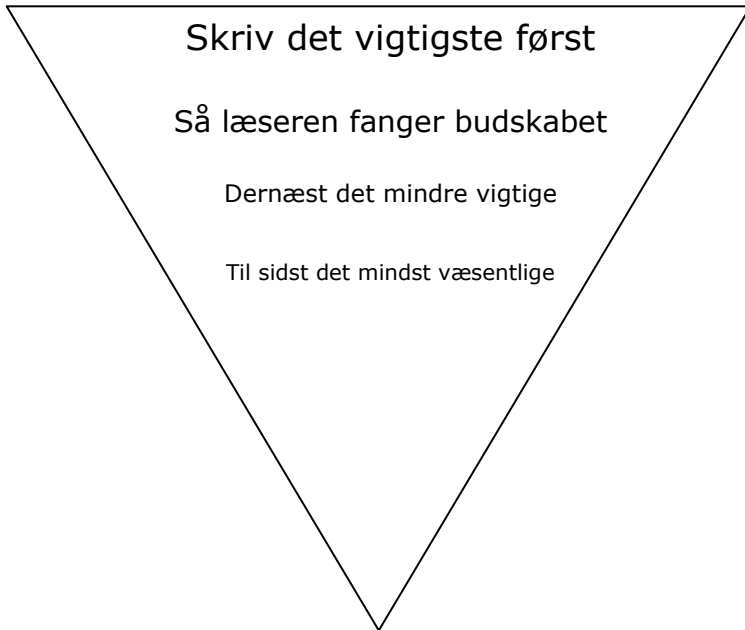
Landsholdstræner for herrelandsholdet – og tidligere kvindelandsholdet – i håndbold. Han har i sin egenskab af håndboldtræner opnået at vinde DM guld, EM guld, VM guld og OL guld.

Tilmeld dig på ida.dk

Eksempler på, hvordan du kan beskrive **udbytte**:

- Du får indsigt i.....
 - Du får inspiration....
 - Du får nye værktøjer (eller redskaber) til....
 - Du bliver opdateret om....
 - Du får ny viden....
 - Du lærer de grundlæggende principper for....
 - Du lærer af de bedste.....
-
- Hør, hvordan....
 - Lær at...
 - Gå ikke glip af.....
 - Oplev en af....

Den omvendte nyhedstrekant



Nyhedstrekanten indebærer, at du indleder din tekst med konklusionen og bagefter ridser baggrunden op – dvs. først de vigtigste informationer og derefter uddyber du.

Husk også, at det vigtigste budskab er det, der er vigtigst for målgruppen – ikke for dig som afsender.

Skriv hellere positivt end negativt (vi vil hellere bevæge os hen mod det gode):

- a) Du bliver så smuk (det vil du gerne opnå)
- b) Du undgår at blive grim (det vil du gerne undgå)

Fortæl mig ikke om dine græsfrø men om hvordan jeg får min græsplæne til at gro

Opgave:

Identificer AIDA og EFU i teksten (marker med E, U o.s.v.)

Forsvarsmekanismer – roden til ineffektivt arbejde!

"Forsvarsmekanismer - roden til ineffektivt arbejde" – Personlig handleplan og delegeringsplan som dele af instrumenterne til det effektive og innovative arbejdsliv.

I arbejdslivet optræder ofte mere eller mindre bevidste forsvarsmekanismer, som hæmmer det effektive og innovative samarbejde.

Hvornår og i hvilke situationer optræder forsvarsmekanismerne hos vores medarbejdere og projektmedarbejdere, og til tider også hos os selv?

Hvordan kommer forsvarsmekanismerne til udtryk og hvordan påvirker de vores ledervilkår i dagligdagen?

Hvordan kommer vi forsvarsmekanismerne til livs, og hvad stiller vi i vores ledergerning i stedet?

De spørgsmål vil vi undersøge og finde vores egne svar på kurset. Hver især udarbejder en personlig handleplan, som også indeholder en delegeringsplan.

På kurset vil vi se kortfilmen "Mødet med Sankt Peter, og blandt andet med filmen som udgangspunkt se på de generelle forsvarsmekanismer i virksomheder og hos den enkelte. Derefter vil vi specifikt sætte fokus på de formelle roller og ikke mindst de uformelle roller, som ofte hæmmer det effektive samarbejde. Hvordan får vi givet rollen som leder og projektleder den kraft og autoritet som skal løfte lederrollen og samarbejdet op på et højere og mere modet niveau og dermed skabe grundlaget for et effektivt og innovativt arbejdsmiljø? Hver enkelt deltager vil få udarbejdet den personlige handleplan og en delegeringsplan hertil.

Tid 17.00 – 20.30

Film ca. 25 min., personlig handleplan og delegeringsplan.

Målgruppe

Det er vigtigt, at du sætter dig i målgruppens sted, når du skriver din tekst. Ellers kan de gå helt galt til arrangementet og føle, at de har spildt deres tid.

Når du f.eks. laver et arrangement for projektledere, er det vigtigt at fortælle, om der forventes at de har ét, to eller mange års erfaring med at drive projekter.

Ligeledes kan det være relevant at fortælle medlemmerne af IDA miljø, at arrangementet er relevant for de medlemmer, der arbejder inden for spildevand, og ikke f.eks. inden for klimatilpasning. Overvej præcist, hvad han/hun får ud af at deltage på dette arrangement, og hvorfor medlemmet skal deltage.

Prøv at forestil dig, at du har den person over for dig, som du gerne vil skrive til.

Eksempel på god arrangementstekst

= tekst, der har fået lidt mere AIDA og EFU

Før:

Klimatilpasning – Tekniske muligheder og konkrete erfaringer

Det er efterhånden almindeligt accepteret, at vi har nogle større klimaændringer i vente. Globale temperaturstigninger på 2-6°C eller måske endnu mere vil have en drastisk effekt. Ny ørken vil dannes i nogle områder. Andre områder bliver oversvømmet af stigende vandstande og øget nedbør.

Påvirkningerne vil ramme bredt. I Danmark vil boligejere i lavtliggende områder skulle håndtere oversvømmelser, og forsyningsselskaber vil skulle håndtere større mængder spildevand og ændrede vilkår for vandindvinding. Landbruget får behov for at tilpasse afgrøder og dyrkningsformer. Der vil være behov for at indrette kystforvaltningen på et stigende havniveau. Kystforvaltning, forsikringsselskaber og redningsberedskab skal indrettes på at håndtere flere og kraftigere storme.

Det er blot få eksempler på de tilpasninger, som klimaændringerne kommer til at kræve. Der er ingen tvivl om, at klimaændringerne kommer til at have stor økonomisk og samfundsmæssig betydning – også i Danmark.

Formålet med mødet er at give overblik over behov, muligheder og konkrete erfaringer inden for klimatilpasning. På den baggrund lægges desuden op til en diskussion om, hvordan vi skal klare den kæmpe udfordring, det vil være at tilpasse os de ændrede klimaforhold.

Efter:

Klimatilpasning – er du/din organisation forberedt?

Globale temperaturstigninger på 2-6 °C eller mere får en stor effekt for vores klima. Ny ørken vil dannes i nogle områder, mens andre områder bliver oversvømmet af stigende vandstande og øget nedbør. (I,E)

Klimaændringerne kommer til at have en stor økonomisk såvel som samfundsøkonomisk effekt. Du bliver også selv påvirket uanset om du er ansat i en offentlig myndighed eller i en privat virksomhed. (I)

Deltag på dette møde, så du og din organisation bliver klædt på til at tilpasse dig de nye klimaændringer. (U)

Hør om:

- Hvordan du ved en effektiv klimastrategi og landskabsudvikling kan udvikle en kyst, der forhindrer de største oversvømmelser
- Hvilke tiltag forsyningsselskaber kan sætte i værk for at håndtere større mængder spildevand
- Hvordan kystforvaltning, forsikringsselskaber og redningsberedskab kan indrettes, så de håndterer flere og kraftigere storme. (U)

Målgruppe

Mødet er for dig, der er ansat i en offentlig eller privat virksomhed, og som arbejder inden for miljø eller miljørelaterede ydelser.

Tilmelding

Før:

Sun SPOT

Sun Small Programmable Object Technology (Sun SPOT) – et snapshot af den udviklings- og forskningsindsats, der løbende foregår hos Sun Microsystems i USA.

En Sun SPOT er et JAVA programmeret sensor og display-enhed, som gennem en trådløs netværksforbindelse er koblet til internettet. En Sun SPOT kan styres og programmeres via netværket og indeholder en række sensorer, herunder accelerometer og et simpelt display.

Anvendelsesområderne kunne være Swarm Intelligenece, Rapid Prototyping, Idea Experiments, etc.

Under foredraget vil der være hands-on demonstrationer af de mange muligheder en Sun SPOT tilbyder.

Efter:

Sun SPOT

Få et indblik i den nyeste teknologiudvikling fra Sun Microsystems i USA – en Sun SPOT (Sun Small Programmable Object Tehcnology)

En Sun SPOT er en sensor og displayenhed, som er Java-programmeret. Den er koblet til internettet gennem en trådløs netværksforbindelse. En Sun SPOT indeholder en række sensorer – blandt andet et accelerometer - og et simpelt display.

Du får:

- En hands-on demonstration af de mange nye muligheder, som den nye Sun SPOT tilbyder
- Indsigt i, hvordan du styrer og programmerer en Sun SPOT via netværket
- Viden om, hvordan du anvender en Sun SPOT i forbindelse med Swarm Intelligence, Rapid Prototyping, Idea Experiments m.v.

Opgave

Skriv en arrangementstekst om, så den sælger:

- Hvad er det væsentligste budskab?
- Lav en overskrift der sælger udbyttet
- Skriv de første linjer, der uddyber og forklarer udbyttet (evt. fordele) og fortæller om egenskaberne

Praktisk Procesregulering

Kurset henvender sig til ingeniører, maskinmestre og teknikere, som er beskæftiget i procesindustrien, levnedsmiddelindustrien og dermed beslægtede virksomheder samt VVS-branchen. Der lægges særligt vægt på praktisk procesreguleringsteknik og instrumentering. Der kræves ingen specielle matematiske forkundskaber for at følge kurset.

Indhold:

- Den nødvendige teori. PID regulering. Digital regulering. Andre reguleringsprincipper. Praktisk regulatorindstilling.
- Instrumentering og komponenter. Måleudstyr. Reguleringsventiler. Frekvensomformere. Pumper
- Mange eksempler fra procesindustrien. Kaskade-, feed-forward- og forholdsregulering.

Underviser: Lektor Thomas Heilmann.

Hver dag kl. 9-17. Pris: 7.000 kr. for medlemmer af IDA Proces, 8.000 kr., for andre.

Prisen omfatter materialer og forplejning. Overnatning er inkluderet.

Arr.nr.nr. xxxxxx

Tirsdag den 6. januar kl. 9 – torsdag 8. januar kl. 17.

Hotel Frederiksdal, Frederiksdalsvej 360, Kongens Lyngby.

Tilmelding på ida.dk. senest 9. december.

IDA Proces.

Hvordan læser vi annoncer?

Annoncen scannes

- Fotos
- Overskrifter
- Logo
- Afsender
- Underoverskrifter
- Billedtekster
- Typografiskift, farveskift og fremhævelser
- Responsopfordring
- Gode "emner"

Både bevidst og ikke-bevidst

The screenshot shows a news article snippet from 'Nyt fra din region' in 'IDA VESTJYLLAND'. The article title is 'Vind - Brint - Transport konference'. The text describes a conference on hydrogen production and transport. Red arrows point from the list on the left to various elements in the screenshot: 'Fotos' points to the top image; 'Overskrifter' points to the article title; 'Logo' points to the 'IDA VESTJYLLAND' logo; 'Afsender' points to the 'NuPark, NuPort 1, Hølstebro' text; 'Underoverskrifter' points to the sub-headline 'Mandag den 3. november kl. 10-22'; 'Billedtekster' points to the text 'En række virksomheder og organisationer giver indlæg om både behovet for og de erhvervsrelevante perspektiver inden for anvendelsen af brint til transport.'; 'Typografiskift, farveskift og fremhævelser' points to the text 'Konferencen afsluttes med besøg på brint-produktionsanlægget i Hølstebro og Vestsjyngning Erhverv A/S og konferencemiddag på GOLFklubben Storådalens hvor deres brint-bugge (goH2) og brintanlægstation fremvises.'; 'Responsopfordring' points to the text 'Se konferenceprogram i pdf-format her eller læs mere på www.hydrogenlink.net'; and 'Gode "emner"' points to the text 'Du kan tilmelde dig direkte na arr.rtr@h2.dk'.

Nyt fra din region
IDA VESTJYLLAND

Vind - Brint - Transport konference

Med op til konference om erhvervsrelevante muligheder inden for brint til transport.

Mandag den 3. november kl. 10-22
NuPark, NuPort 1, Hølstebro

En række virksomheder og organisationer giver indlæg om både behovet for og de erhvervsrelevante perspektiver inden for anvendelsen af brint til transport.

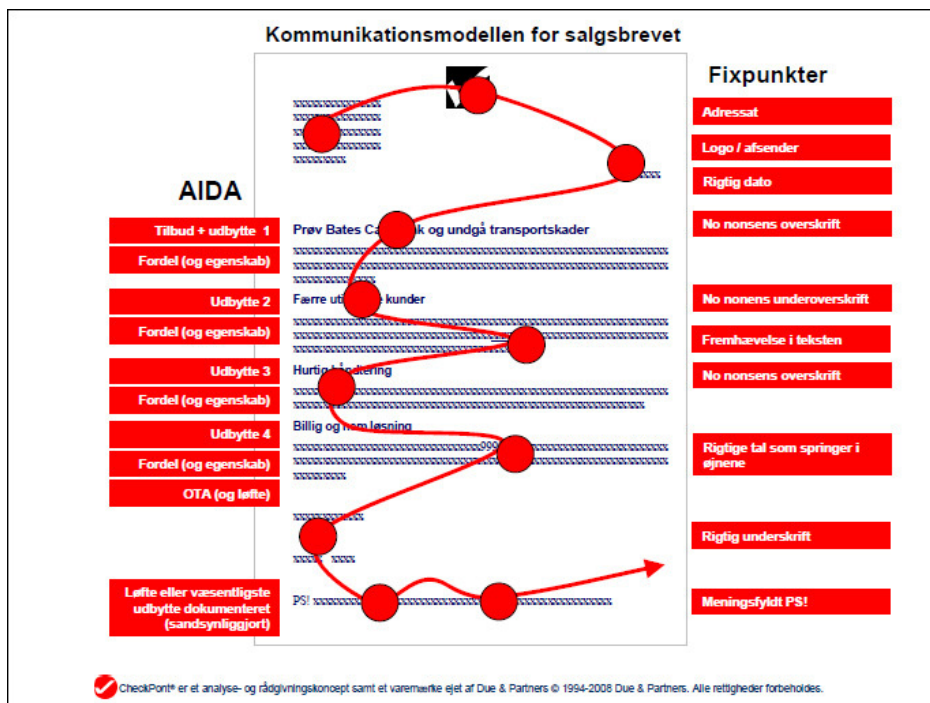
Konferencen afsluttes med besøg på brint-produktionsanlægget i Hølstebro og Vestsjyngning Erhverv A/S og konferencemiddag på GOLFklubben Storådalens hvor deres brint-bugge (goH2) og brintanlægstation fremvises.

Se konferenceprogram i pdf-format [her](#) eller læs mere på www.hydrogenlink.net

Tilmelding
Du kan tilmelde dig direkte na arr.rtr@h2.dk

Konferencen er arrangeret i et samarbejde mellem foreningerne Hydrogen Link Danmark og Ingeniørforeningen i Danmark.

Hvordan læser vi annoncer?



Godt sprog

Overskrifter

Det er vigtigt, at du fanger din læser med overskriften. 80% af dine medlemmer læser først overskriften – hvis den ikke fanger, springer de videre til næste arrangement.

- ☑ **Teaseroverskriften**
"Gæt hvad der sker i morgen"
- ☑ **Den kryptiske overskrift**
"Når $2 + 2 = 7$ "
- ☑ **Den dobbeltydige overskrift**
"Gode nødder"
- ☑ **Den indforståede overskrift**
"Har du også problemer med din XP?"
- ☑ **Højspændingsoverskriften**
"Information skriver skam også om Boligindretning" (m/foto af gadebarn på 2 år, der sover i en papkasse)
- ☑ **No nonsense overskriften**
"Bestil skiferien nu og spar 20%"

Underoverskrifter

Brug gerne mange underoverskrifter i din tekst. Det strukturerer din tekst, så den bliver mere overskuelig. Underoverskrifterne skal være korte, præcise og rammende og give læseren en hurtig fornemmelse af, hvad afsnittet handler om.

***Brug overskrifter til at fange din læser
– brug underoverskrifter til at give overblik.***

Godt sprog!

Skriv enkelt

Lange tekster med indskudte sætninger osv. er svære at forstå. Prøv derfor kun at skrive ét budskab ad gangen i stedet for at skrive alting i én lang sætning. Vær ikke bange for at sætte mange punktummer.

Hovedbudskab: ét budskab for hvert punktum.

Eksempel

Der er nu fundet tre vindere, og TTS vil på mødet "TELEPROFILEN," der afholdes i forbindelse med TTS' årlige generalforsamling, lykønske de studerende og give vinderne mulighed for at præsentere projektet.

Skriv hellere:

TTS har nu fundet tre vindere. På mødet "TELEPROFILEN" lykønsker vi vinderne, som får mulighed for at præsentere projektet. "TELEPROFILEN" afholdes i forbindelse med TTS' årlige generalforsamling.

Skriv personligt

At du skal skrive personligt betyder ikke, at du skal skrive arrangementstekster, som du skriver private breve til familie og venner. Men det betyder at du godt må vise, at der er mennesker i begge sider af kommunikationen.

Personord: Brug "du" eller "vi" i stedet for "man." Du viser, hvem der er afsender og du øger modtagerens fornemmelse af, at der bliver talt direkte til ham/hende.

Aktivt sprog: Aktiv form (jeg sender) i stedet for passiv form (hoslagt fremsendes) gør også din tekst mere personlig. Passiv formen har den uheldige effekt, at den ikke afslører, hvem der handler, og hvem der henvender sig til hvem.

Eksempel:

- A. "Hoslagt fremsendes referatet fra sidste bestyrelsesmøde.."

Skriv hellere:

"Jeg sender dig referatet fra sidste bestyrelsesmøde.."

- B. "I forbindelse med almindeligt eftersyn af ren- og vedligeholdstilstanden på kommunens offentlige veje og stier...."

Skriv hellere:

"Vi har for nylig eftersat de offentlige veje og stier i kommunen.."

Skriv forståeligt

Lange ord, fremmedord og fagudtryk

Undgå så vidt muligt lange sammensatte ord og fremmedord. De gør teksten svær at læse. Du kan dog selvfølgelig have brug for at bruge fagtekniske udtryk, når du skriver ud til en fagteknisk gruppe. Forsøg at gøre teksten så forståelig som muligt ved at skære alle unødige fagudtryk fra.

Skriv ikke:

Projektstyringsmetoder

Minerydningskapacitet

Rengøringsvalidering

Kommuneplanrammer

Skriv hellere:

Metoder til projektstyring

Kapacitet til minerydning

Validering af rengøring

Rammer for kommuneplan

Papirklichéer og omsvøbsvendinger

Undgå ord og udtryk, som du kunne finde på at bruge på papir men aldrig vil bruge i daglig tale. Klichéerne gør teksten formel og gammeldags og sender et signal om en kedelig og tør afsender. Tit kan du finde erstatningsord for det, du gerne vil sige:

Prøv at erstatte:

Allokere
Angående
Eksekvere
Foranledige
Hvorledes
Fornødne
Konfirmere
Nærværende
Signifikant
Skrivelse
Således
Vedrørende

Med:

Fordele
Om
Bruge
Sørge for
Hvordan
Nødvendige
Bekræfte
Denne, dette
Væsentlig
Brev, mail
Så
Om

Skriv konkret

At skrive konkret vil sige at skrive så tæt på din læsers virkelighed som muligt – at skrive så læseren føler, at det man skriver, kommer ham eller hende ved.

Abstraktionsstigen

Vælg betegnelser så langt nede på abstraktionsstigen som muligt.

Eksempel: Redskab
Graveredskab
Spade

Stigen her består af tre ord, der alle kan beskrive den samme ting. Det meste generelle/abstrakte ord er det øverste, mens det mest konkrete står nederst.

Sætningsord

Undgå sætningsord (=verbalsubstantiver), dvs. ord med endelserne -ing, -ning, -else og -ende. Det er ord der er dannet af udsagnsord(=verber), som jo er aktive, men lavet om til passive, og ofte abstrakte substantiver (navneord). Hvis du bruger for mange af den slags ord, gør du teksten meget komprimeret og svær at forstå. Som regel kan du skrive dem om til en aktiv sætning med et udsagnsord så sproget bliver til en levende handling.

Den følgende sætning er fx ikke klar og forståelig:

"Meddelelse af fristforlængelse for indsendelse af dokumentation vil kun ske med styrelsens godkendelse."

Skriv hellere

"Jeg meddeler dig, at du kun kan indsende dokumentationen efter fristens udløb, hvis styrelsen godkender dette."

Opgave

Formuler teksten, så overskriften er fængende, så medlemmerne, nemt ser, hvilket udbytte, de får ved at gå på arrangementet, målgruppen er defineret og sproget er godt osv.

Fuldkorn – Fuld af korn og sundhed

Fuldkorn skal have førsteprioritet. Danskerne har ikke hørt noget om det endnu. Men 2009's store indsats om fuldkorn er allerede skudt i gang, og har været det i månedsvis. Men hvordan er det muligt at forvandle en gammel, tør og kedelig ingrediens til en ny trendy sundhedsbølge – og hvad kan fuldkorn i forhold til ernæring, sundhed og produktudvikling?

Mødet vil bringe nye forskningsresultater på banen om fuldkorn og brød – samt give input til hvordan sundhedskampagner kan gribes an på en ny måde. Pris for IDA-medlemmer 300 kr. Studerende, ledige samt seniorer 75 kr. Eksterne 450 kr.

Arr.nr. xxxxx

Torsdag den 27. november kl. 13-17

Ingeniørhuset i København, Kalvebod Brygge 31-33
København V

Tilmelding på ida.dk senest 25. november

Levnedmiddelselskabet

Tjekliste

- ☑ Er overskriften fængende og oplysende?
(se s. 4,19)
- ☑ Starter din tekst med det vigtigste? (Nyhedstrekanten)
(se s. 9)
- ☑ Er første afsnit kort, væsentligt og vækker appetitten? (AIDA)
(se s. 4)
- ☑ Kan medlemmet hurtigt se, hvilket udbytte han/hun får af at deltage på arrangementet? (EFU)
(se s. 6)
- ☑ Kan medlemmet se, hvor og hvorfor han/hun skal handle?
(se s. 4)
- ☑ Har du taget udgangspunkt i modtageren?
(se s. 11)
- ☑ Har du tænkt over, hvor læserens øje vil falde på din annonce?
(se s. 16, 17)
- ☑ Har du udtrykt dig kort og klart?
(se s. 20, 22, 23)
- ☑ Har du brugt et personligt og aktivt sprog?
(se s. 21)
- ☑ Har du læst korrektur og rettet stavefejl?

Skabelon til parlamentarikere

Fængende overskrift

A -attention

- evt. beskrivende underoverskrift

Skriv en tekst, der på en levende måde fænger modtagerens interesse og uddyber indholdet i overskriften. Det skal være ganske kort men så læseren danner sig et overblik over indholdet i arrangementet og får lyst til at læse videre.

I -interest

I det næste afsnit må du gerne skrive konkret om, hvad deltageren får ud af at deltage i arrangementet. Får han/hun viden om..... indsigt i.... værktøjer til..... inspiration ... osv.

- Brug gerne bullets
- Det gør det lettere at læse
- Nemmere at se, hvad deltageren konkret får ud af at deltage
- Xxxx

D-desire

Brug det sidste afsnit til det mindre væsentlige men uddybende forklaringer. Du burde allerede her have fanget læserens interesse og hans/hendes ønske om at deltage i arrangementet; så der skal ikke komme nye revolutionerende oplysninger her. Kun evt. uddybninger på det, du har beskrevet tidligere.

Målgruppe (Hvem henvender arrangementet sig til?)

Underviser (Skriv gerne lidt om underviseren og sæt evt. et foto ved, hvis det er godt)

Tilmelding

Pris

Hvor

Hvornår

A - action