

Content is cash – utbildning för chefer och ledningsgrupper

Alla texter som produceras ska utföra ett arbete. Alla texter som används – externt eller internt – kommer därför att generera intäkter eller skapa kostnader.

Idag, när många fysiska möten ersätts av digitala, är produktion av texter viktigare än någonsin.

Utbildningen bygger på aktuell forskning och ger konkreta råd.

Ny forskning ökar era chanser att bli lästa

Den nya hjärnforskningen, har med hjälp av kameror som registrerar ögonens och hjärnans aktiviteter, kommit fram med nya och avgörande resultat när det gäller kommunikation.

Med kunskap om dessa ökar era chanser att texterna blir lästa.

Externa problem blir alltid interna

Idag, med internet och framförallt intranät, skriver allt fler texter som massdistribueras.



När ert intranät inte hjälper medarbetarna att göra rätt internt, resulterar det inte sällan i att problemet sprids externt. Och när det väl har hamnat ute på marknaden eller

bland medborgarna, så blir det ett internt problem igen.

Känns beskrivningen igen?



Alla texter genererar intäkter eller skapar kostnader.

En ledningsfråga

De texter ni producerar verkar inte i ett vakuum; så fort någon använder texten genererar den intäkter eller skapar kostnader. Externt eller internt.

Ett felstavat ord i en broschyr anses många gånger vara värre – än en text som inte kommunicerar optimalt.

Genom att acceptera att alla texter, som ska utföra ett arbete, är en organisationskritisk och strategisk faktor, ser ni också potentialen i att göra textproduktionen till en ledningsfråga.

Konkreta råd och verktyg

Ni får konkreta råd och verktyg för effektivare kommunikation på nätet och i tryck – men också tankeväckare och aha-upplevelser.

Vi talar om:

- Skriftspråket – världens bästa uppfinning.
- Textproduktion - en ledningsfråga.
- Alla texter påverkar varumärket.

- Textbuilding - skrivproduktionens organisation och hur det påverkar resultatet.
- Textens förändrade funktion på nätet.
- Vilka är era Very important brains?
- Friendly information fire – texter som orsakar den egna organisationen kostnader.
- Vilka texter skapar kostnader idag? Skriv texter som genererar intäkter istället för att skapa kostnader.
- Engelska – fälla eller frälsning?
- Måste alla texter publiceras – nu?
- Empati är en förutsättning för sympati. Och sympati är grunden för alla positiva relationer.



Målgrupp: Personer i ledande befattningar

Tid: En timma - till en heldag.

Börja tala om textproduktion

I alla verksamheter är texten viktigare än många vill inse. Därför behövs det ett förändrat syn- och arbetssätt som måste starta och följas upp på ledningsnivå.

Idag är begreppet "skriva texter" urvattnat. Det krävs därför en statushöjning och vi måste börja tala om att "producera texter", där själva skrivandet är en del av hela processen, tillsammans med idéarbete, faktainsamling, omskrivning av texten, korrekturläsning, test av texten på målgruppen, tid för ändringar etcetera.

Rådgivare



Tomas Dalström har 25 års erfarenhet av att skriva professionellt. Han har bland annat arbetat som journalist, copywriter, manusförfattare för radio, film/TV, webben och interaktiva produktioner.

*Idag är Tomas författare, föreläsare, företagare och innovatör. Hans företag Very Important Brains AB, är specialiserat på kommunikation på hjärnans villkor. Ett exempel på det är boken *Bäst i text – Läseboken/Skrivboken*, som har fått mycket positiva recensioner. Han har fått både nationella och internationella utmärkelser*