

Rådgivning – vi hjälper er att ta fram konkreta planer

Allt fler tycker att budskapen saknar relevans – även om de är kunder till avsändaren.

75 procent försöker aktivt undvika reklam på internet, tv och radio. Även andra medier visar en liknande utveckling. Lägg till det att allt fler tycker att budskapen saknar relevans idag – även om de är kunder till avsändaren.

Ett operativt beslutsunderlag

Genom att fokusera på genomförbara aktiviteter och åtgärder, hjälper vi er att ta fram konkreta planer.

1. Utgångspunkten i detta arbete är självklar: vilka texter skapar kostnader och hur ska ni göra för att de ska generera intäkter?
2. Med kunskap om den nya hjärnforskningen ökar era chanser att texterna blir lästa på nätet och i tryck.
3. Hur läser vi på nätet respektive papper? Med ny kunskap om vårt läs-beteende online förbättrar ni era möjligheter att nå ända fram med er information.
4. Genom att testa era texter online, i vårt unika testhotell för texter, skriver ni texter som genererar texter – istället för att skapa kostnader.

Content is cash

Innehåll är viktigare än någonsin, samtidigt som verkligheten har förändrats. Att involvera målgruppen i kommunikationsprocessen är därför en självklarhet.

Precis som att utgå från fakta - inte person-



Alla texter genererar intäkter eller skapar kostnader.

liga känslor och önsketänkande om vad läsarna vet, vill veta och behöver veta.

Vi har det ni behöver för att gå vidare

1. Hur hjärnan/läsprocessen fungerar är plattformen i den kommunikativa processen. Själva hantverket – skrivandet – är nästa steg.
 2. Det är bara genom att fråga läsarna om de förstår texterna, som du vet om texterna kommunicerar på det sätt ni förväntar er.
- Hos oss kan ni enkelt testa era texter online och se resultatet direkt i vår databas.
3. Vi har också kunskap om hur hjärnan intuitivt tittar på multimedieproduktioner och lite till.

“We are writing the rules as we go along”

Vi är bara i början av en process, när det gäller texter på nätet. Vi arbetar i en *“new and evolving industry and we are writing the rules as we go along.”*

Samtidigt har den nya hjärnforskningen med hjälp av kameror, som registrerar ögonens och hjärnans aktiviteter, kommit fram med nya och avgörande resultat. Och forskarnas resultat är en av dina förtöjningsplatser i mediestormen.



De är säkrare än alla tvärsäkra gissningar, som florerar som tvärsäkra sanningar.

Ett felstavat ord värre än en text som inte kommunicerar

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

Texter som inte kommunicerar skapar kostnader

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

Hur mycket kostar en text som inte kommunicerar optimalt? Ett luddigt erbjudande och missade affärer. En tvetydig text som ökar trycket på kundtjänst. Handlingar som måste skickas tillbaka för komplettering. En arbetsbeskrivning som orsakar merarbete. Eller manualer som gör kunden irriterad.

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 – Läsoboken/Skrivoboken*, som har fått mycket positiva recensioner. Han har fått både nationella och internationella utmärkelser*