

2 DAGAR

# COPYWRITING

– reklamtext som säljer

- lär dig tänka "copy" och få respons
- vem ska läsa, vad ska hända?
- så skriver du reklamtext för olika medier
- våga lita på din kreativitet

Copywriting är konsten att förmedla ett budskap som ingen frågat efter – på några korta sekunder. För att lyckas måste du öppna dina sinnen, vända och vrida på dina texter och inte vara nöjd innan du har övertygat dig själv. Du måste vara klar över vilken reaktion eller handling du är ute efter.

På den här kursen får du möjlighet att utmana dina läsare. Du får lära dig sortera, tänka fritt och skriva texter som når fram. Vare sig du skriver för företagets interntidning, gör annonser eller uppdaterar hemsidan är det långt mycket troligare att dina läsare tar till sig budskapet om du tänker "copy" när du skriver.

Välkommen till en energigivande kurs tillsammans med Göran Nordqvist, professionell skribent och copywriter med lång erfarenhet av yrket!

**Nästa kursstart är den 23 maj 2012 i Stockholm.** Du kan boka dig på vår hemsida [www.foretagsuniversitetet.se](http://www.foretagsuniversitetet.se) eller ringa 08-600 62 00.

**Boka direkt:**

[foretagsuniversitetet.se/1766](http://foretagsuniversitetet.se/1766)

För personlig rådgivning ring:  
08-600 62 00 eller mejla  
[kurs@foretagsuniversitetet.se](mailto:kurs@foretagsuniversitetet.se).

## PROGRAM

### Dag 1

- 09.45 Kaffe serveras
- 10.00 **Copywritern – den okände skribenten**
- Uppgiftens/uppdragets komplexitet och omfång
- Den kreativa processen**
- Talang och tålamod
- Det dramaturgiska inslaget**
- Att komma igång – hitta den första meningen, stryka den och gå vidare
- 12.30 Lunch
- 13.30 **28 verktyg och en verktygslåda – hantera dina redskap**
- Överdrifter/underdrifter
  - Ord du inte vill se i en copytext
  - Respektera dina läsare
  - Kill your darlings
- Målgruppsanalys**
- Vem ska läsa din text och varför?
  - Kunskap om både ämnet och målgruppen är nyckeln till en bra text
  - Hitta kärnan i ditt budskap
  - Vad är viktigt, vad är oviktigt?
  - Hur kontrollerar du att texten stämmer med brieven?
- 17.00 Avslutning och hemuppgift

### Dag 2

- 09.00 **Ord som bilder och ljud**
- En bild säger mer än 1000 ord. Sant eller osant?
  - Kan ord vara bilder?
  - Skriv som du talar
  - Kan du höra vad du skriver?
  - Språkmelodi – örongodis
- 12.30 **Att skriva för olika medier**
- Annonser, broschyrer, webben, chefens tal eller intern reklamfilm – anpassa din text efter hur den ska publiceras eller framföras
- Vad menar du egentligen?**
- Är det ställt utom allt rimligt tvivel att det du vill ha sagt är det dina läsare förstår?
  - Skriv enkelt!
- Du har bara en läsare åt gången**
- Skriv personligt!
- Slutövning**
- 16.00 Kursavslutning

## INFORMATION

### Deltagare

Kursen vänder sig till dig som arbetar med reklam i form av t.ex. säljbrev, webbsidor, annonser och broschyrer. Kursens tyngdpunkt är det kreativa arbetet. Du bör vara en van skribent.

### Mål

Utbildningens mål är att du efter kursen ska ha kunskaper som behövs för att kunna

- förstå skillnaden mellan en skribent och en copywriter
- skriva copytexter som säljer
- tänka och skriva kreativt
- nå fram med ditt budskap.

### Kursledare

Göran Nordquist

### Bokning och rådgivning

För bokning ring 08-600 62 00 eller skicka e-post till [bokning@foretagsuniversitetet.se](mailto:bokning@foretagsuniversitetet.se).

För information och kursrådgivning ring 08-600 62 00 eller skicka e-post till [kurs@foretagsuniversitetet.se](mailto:kurs@foretagsuniversitetet.se).



Copywriting, 2 dagar

Datum	Ort	Kursavgift
23-24 maj 2012	Stockholm	12 800

**Stockholm**, Globen City, Arenavägen 61. Hotellrum på Quality Hotel Globe kan bokas till reducerat pris. Telefon 08-686 63 00. [www.globehotel.se](http://www.globehotel.se)

**Tider**, 10.00-17.00 första dagen och 09.00-16.00 andra dagen.

I **kursavgiften** ingår kursdokumentation, luncher samt för- och eftermiddagskaffe. Moms tillkommer.