



COR TEKST

VI TEKSTER
DIN TANKE

Styrket erhverv i gadeplan

Øvelse: overskrifter

Overskrifter er noget af det vigtigste i organiske opslag (og sponsorerede opslag for den sags skyld), da 70 % kun læser overskriften, før de scroller videre ned ad deres nyhedsstrøm. Derfor skal dine overskrifter sidde lige i øjet.

Når du laver overskrifter, skal du tænke på en række forskellige ting, fx

- Korte sætninger
- Brug 'jeg', 'du', 'I', 'os', 'vi', 'jer' – og aldrig 'man'
- Måltrettet og relevant
- Appetitvækkere/handlingsaktiverende ord
- Henvend dig direkte til læseren og stil spørgsmål
- Ryd ud i fyldord, der er i talesprog, fx "sådan der", "og sådan", "og så", "bare", "jo", "lige" osv.

Når du har disse fem ting for øje, kan du begynde at skrive.

1. **Kreativitet**

Dine overskrifter skal ikke blot være korte. De skal også fange læseren. Den kreative proces i at skrive gode overskrifter skal man ikke underkende, og processen udvikler sig også, i takt med at du skriver. Så prøv at skrive alle de ord, du kan, ud fra et emne for et opslag. Hvis du fx har et emne om sommerens trends, kan du skrive ord som sommer, blomster, solsikker, sol, solen skinner, varme, gul, mønster, drinks, havefest, rosé osv.



2. Længde

Længden på din overskrift skal ikke være mere end 4 eller 5 ord, før de bliver for lange. Øv dig i at skrive korte og præcise overskrifter om de emner, du har skrevet om i øvelsen herover.

3. Handlingsaktiverende ord

Når du nu har lavet overskrifter, der både er kreative og korte og præcise, skal du prøve at få nogle handlingsaktiverende ord ind. Det er ord som læs, hør, prøv, få, ta', gør, køb, skriv osv.

4. Ryd ud i fyldord og skriv den færdige overskrift

Ud fra de ovenstående øvelser skal du nu skrive færdige overskrifter til opslag, du planlægger at lægge op. Du kan med fordel gøre brug af STORE BOGSTAVER og emojis, hvis det giver mening for din overskrift, og rydde ud i fyldeord.
