



Effektiv nettskriving

2. utgave

OVE DALEN

Innhold

Forord	9
KAPITTEL 1 Gjennom leserens øyne	13
11 lærdommer om hvordan vi leser på nett	14
KAPITTEL 2 Lettleste tekster	23
Sett punktum.....	24
Det viktigste først.....	24
Skriv aktivt	25
Rydd opp i avsnittene.....	27
Et avsnitt for hver idé.....	27
Bruk mellomtitler.....	28
Bruk punktlistor.....	30
Lenk direkte i teksten	31
Uthevede nøkkelord	32
Gamle myter står for fall.....	34
KAPITTEL 3 Skal vi skrive kort eller langt?	36
Leservaner i endring	37
Dårlige argumenter for å skrive langt	37
Gode argumenter for å skrive langt	38
Dårlige argumenter for å skrive kort.....	40
Gode argumenter for å skrive kort	40
KAPITTEL 4 Tenk nytte – ikke nyheter	42
Hvorfor nyheter sjelden er svaret	42
Vit hva du vil.....	45
Oppgaveorientert innholdsdesign	46
Kjernemodellen	52

KAPITTEL 5 Titler og ingresser	57
Hva kjennetegner gode titler?	57
Gode ingresser er et løfte til leseren	61
Omskriving av flere titler og ingresser	66
KAPITTEL 6 Bruk de riktige ordene	69
Ord forteller historier	70
Ord hjelper deg å finne innhold	70
Ord gjør deg synlig på søkemotorene	71
Ord fanger oppmerksomhet	71
Ord utløser handling	72
Gode søkeord er ikke alltid de beste triggerordene	72
Ord med lukt og farge	73
Hvordan finne de riktige ordene?	77
KAPITTEL 7 Slik lenker du effektivt	79
Skal vi lenke i teksten eller utenfor?	79
Unngå «klikk her»-lenker	81
Gode lenker er selvforklarende	82
Færre lenker ved naturlig flyt	83
Unngå for mange lenker i en tekst	84
Handlingsdrivere	84
Mange ord gir best effekt	85
Lag lenkelister	85
Lenker i tekst erstatter navigasjon	86
Fortell hvor lenken går	86
Dropp lenke i nytt vindu	88
Lenk til andre nettsteder	89
KAPITTEL 8 Innhold som engasjerer	90
Ikke fortell alt	92
Cut the crap	94
Det viktigste først	94
Vinkling	98
Hvorfor får jeg vite dette?	100
5 grep for å lykkes med å engasjere	102
Ikke mer innhold, men bedre innhold	108

KAPITTEL 9 Slik skriver vi selgende webtekster	109
Tenk kommunikasjon – ikke reklame	110
Salgsmodeller	111
Zeigarnik-effekten.....	114
Underbygg behovet for trygghet	115
Hvordan skrive selgende overskrifter?	117
Ikke gjem prisen	119
Handlingsdrivere	119
Hvordan knuse «ikke-kjøp»-barrieren.....	121
KAPITTEL 10 Slik lager du innhold som søkemotorene OG brukerne dine elsker	124
Hvorfor er søkemotorene viktige?.....	124
Hva avgjør synlighet på søkemotorer?.....	125
Fra PageRank til RankBrain.....	126
Hvordan bli en innholdsautoritet?	126
Skrivetips for Google	129
Hvordan identifisere relevante nøkkelord?.....	133
Lag title-taggen leservennlig.....	137
Skriv naturlig	138
KAPITTEL 11 Hvordan illustrere effektivt?	140
Forskjellig typer bilder	140
Informasjon fremfor dekor.....	142
Ekte bilder	143
Kunsten å velge riktig bilde	144
Bilder for enhver pris?	145
Grafer, diagrammer og kart.....	145
Skalering og beskjæring	146
Litteratur	149