

Fyra pekpinnar för dig som vill skriva så att folk orkar läsa

1. Bevara ditt budskap!

Krångla inte till ditt budskap. Vill du berätta att ditt företag tillverkar lås? Gör det då. Men försök undvika att berätta att ni är marknadsledande inom ett segment av tillverkande industri som huvudsakligen är tillägnad tillverkning av bla bla bla.

Låt inte det du vill kommunicera drunknar i allt för många onödiga ord och upprepningar.

2. Kapa kanslisvenskan

Om du måste vara mycket tydlig i din text kan kanslisvenska ha sina poänger. Kanske skriver du:

Person som för annans räkning åstadkommer en sig till större eller mindre djup sträckande hållighet i markplanet, löper en överhängande risk att utsättas för en positionsförändring, vilken resulterar i befintlighet i sagda hållighet.

Men fundera en gång till på ovanstående formulering innan du använder den. De flesta av oss föredrar nog det lite enklare:

Den som gräver en grop åt andra faller ofta själv däri.

3. Bort med buzzwords

Undvik jargong och onödigt fackspråk i dina texter. Om inte din målgrupp är väl bevandrad i jargongen tjänar du på att vara tydlig. Tänk på att exempelvis en webbsida läses av många andra än just den målgrupp du tänkt dig.

4. Stor bokstav och punkt, samt komma

Glöm inte grammatik och kommatering. Variera meningarnas längd och använd skiljetecken för att variera rytmen i ditt språk. Sträva efter att skriva grammatiskt korrekt men var inte anal i din strävan.

Copywriters, till exempel, skriver gärna talspråkligt. Och det innebär att vi ibland inleder meningar med "och" eller "men". Men det innebär inte att vi totalt struntar i grammatiken.

Nu är det dags att styra upp ditt företags texter och marknadskommunikation! Om du inte fixar det själv så kan vi hjälpa dig. Läs mer om våra [tjänster](#) eller titta i vår [portfölj](#) så får du se.