

Inspiration til CDI

**Hvordan designer
man overskrifter &
underoverskrifter:**

MICHELLE BEA LUND

Hvordan designer man overskrifter & underoverskrifter:

Overskrifter

Hvad gør de:

- Trækker læseren til og leder ham/hende til underoverskrifter
- Skaber opmærksomhed og nysgerrighed
- Overbeviser læseren om at blive
- Fortæller det mest spændende af historien i overskriften
- Forsikrer læseren i at de er det rette sted
- Husk at leve op til det overskriften lover!!!

Hvordan gør man:

Det vigtigste visuelle element

Kontraster

Display font

(http://www.ehow.com/how_9656_choose-display-font.html)

Større font

Bold font

Space omkring overskrift

Asymmetri/bevægelse

Hav visuelle elementer som leder øjnene over på overskriften

Skriv direkte til læseren

Gem de gode overskrifter du ser rundt omkring og brug dem som inspiration

Brug nøgleord – vær bevidst om søgemaskine optimering (SEO)

Må gerne være udformet som en “teaser”

En overskrift skal være så præcis, kort og dækkende som muligt

Stil et spørgsmål:

“Hvad gør en konsulent succesfuld?”

“Hvilke hemmeligheder vil din ven ikke have du afslører?”

Tag udgangspunkt i noget der gør at folk føler de kan miste noget:

Sådan undgår du... Undgå bitre fejl når du... Læs her før du køber... Begår du disse typiske fejl... Hemmeligheden bag... afsløret, “Guide: Sådan vælger du...”

Brug den gode kundehistorie som overskrift:

“Siden jeg deltog på dit seminar for 6 måneder siden, har jeg øget min indtjening med over 800.000 kr.” Kim Stenbæk, Odense

Brug et enkelt ord til at vække opmærksomhed:

ADVARSEL!, GENNEMBRUD!, STOP!, JA!

Fremstil dit produkt som løsningen på et problem:

“Få bugt med din snorken”

Gør overskriften til en udfordring, som starter med et udsagnsord:

”Åbn denne kuvert og opdag hvordan du bliver en succesfuld og velbetalt tekstforfatter”

Tilbyd at udfylde et tomrum:

“Endelig et marketingforum der besvarer netop dine spørgsmål”

Målret din overskrift til en bestemt målgruppe:

“Har du diabetes? - Åbn kuverten og læs om en naturlig løsning med garanteret virkning”

Vær Befalende:

”Dyrk motion dagligt”

Brug tillægsord

Stor, stører og størst virker stadigvæk, god, bedre og bedst
”Nu endnu bedre Click-through-rate”

Tal i overskriften

“10 skønne, 10 vilde, 10 rædselsfulde, 10 perfekte osv. ...”
“7 tips til ...”

Skab fordele:

”Bliv bedre til...”, ”Få mere ud af ...” og ”How to ...”

Være Kort og kontant:

”Bliv et bedre menneske”

- “Sådan får du...”
- “Derfor skal du ikke...”
- “Alt du skal vide om...”

Hvordan designer man overskrifter & underoverskrifter:

Underoverskrifter

Hvad gør de:

- Supporter det primære indhold
- Uddybe og understøtte overskrift.
- Får læseren til at læse videre til det primære indhold/brødteksten
- Hjælper med at vedholde læseren
- Historien fortalt i overskriften skal fortælles videre i underoverskriften
- Giver hierarki i teksten
- Skal sammen med overskriften skabe forståelse for hele teksten (mange læser kun disse)

Hvordan gør man:

Korte, præcise og rammende sætninger, = hurtig fornemmelse af, hvad afsnittet handler om.

Skal se mindre vigtig ud end overskriften

Brug nøgleord – vær bevidst om søgemaskine optimering (SEO)

Nøgleordene skal forrest i sætningen

Maksimalt 60-70 karakterer.

Kaldes også:

Underrubrik, subheadings, sub title

Tilføj visuelle ledetråde

Indent el. outdent underoverskrifter

Space omkring underoverskrift

Skal være større end brødteksten

Brug en display font

Gør dem bold

Tænk i korte afsnit!

Skriv let og forståeligt

Mange underoverskrifter strukturerer din tekst og gør den overskuelig

Tænk gerne i ord, som skaber billeder .