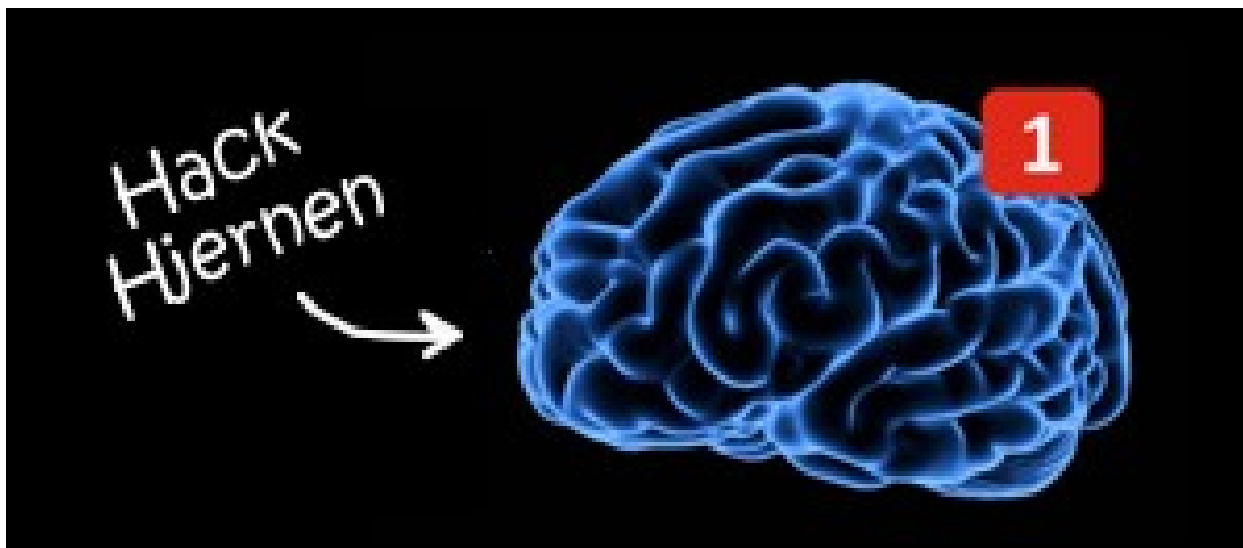


Workshop om at tiltrække opmærksomhed og skabe forståelse:

## BLIV SEET I FEEDET



Få en halv dag med Anders Colding-Jørgensen og lær hvordan I **gør jeres budskaber sværere at ignorere og lettere at forstå!!**

**Lær blandt andet om:** *At hacke opmærksomheden, ubevidste valg, psykologi, indhold, at skabe tekst og billeder der fænger optimalt.*

Den tid din modtager bruger på andres budskab, bruger hun ikke på dit. Så simpel og skånselsløs er logikken i opmærksomhedsøkonomien. Men hvis du lærer at forstå hvordan hendes hjerne fungerer, kan du "hacke" hendes opmærksomhed med din kommunikation og dermed blive både *set og forstået* langt oftere.

Din modtagers hjerne læser ikke dine nyhedsopslag som du skriver dem. Hun læser dem selektivt og tilsyneladende ulogisk og hendes opmærksomhed er styret af ubevidste mentale processer. Men brugen af tekst, overskrifter og billeder kan optimeres for alle. Og hver gang dit opslag bliver lidt mere effektivt skruet sammen, får du adgang til lidt mere opmærksomhed, samlet set.

Adfærdspsykolog Anders Colding-Jørgensen giver en helt konkret og brugbar indføring i hvordan den menneskelige opmærksomhed fungerer og øser af konkrete konkrete eksempler der kan gøre ethvert opslag på Facebook, LinkedIn osv mere effektivt.

Der vil være rig mulighed for at stille spørgsmål om sin egen praksis og få svar.

*ET EKSEMPEL:*

***Sådan undgår du at overloade din modtagers hjerne med tal, i dit opslag***

*Mange kommunikatører vil gerne være så korrekte som muligt. Ikke mindst når det gælder tal og fakta. Men ganske få tal kan gøre et opslag helt utroligt tungt at afkode – og så taber man rigtig mange læsere - stensikkert. Her er et eksempel:*

- *I 2012 var antallet af trafikuheld på 9.931. Siden da har vi formået at reducere antallet med gennemsnitligt 952,3 trafikuheld årligt.*

*Det er faktisk en ret flot udvikling. Men av dit hoved, ikke? Opslaget indeholder tal der skal regnes sammen og det er den største dræber af alle i et newsfeed. For at du skal kunne afkode opslagens budskab, skal din hjernebruge kræfter på at oversætte det til relative tal, du lettere kan forstå. Og det gider du sjældent. Men hvad nu hvis vi gjorde det for dig? Det ville se sådan her ud:*

- *Vi har HALVERET antallet af trafikdræbte fra 10.000 til 5.000 om året i løbet af fem år! Vi har altså reddet 5000 liv.*

*Som du kan se, har vi nu regnet konklusionen sammen for læseren og endda relativet tallene, så modtageren skal arbejde langt mindre for at fange budskabet. Fra 10000 til 5000 er meget let at forstå og dit opslag vil med garanti blive læst og budskabet forstået af flere! Ved at bruge afrundede tal, bliver afkodningen endda endnu lettere.*

Der er intet som kan dræbe opmærksomheden som et regnestykke i et opslag og få folk til at skynde sig at scrolle væk og hen til konkurrentens opslag i stedet. Alt for ofte drukner et stærk og effektivt budskab i talnørderi. Løsningen er at kommunikere som modtageren tænker – ikke som I tænker. Men det kan man heldigvis lære.

[Tilmeld jer her!](#)