

# Checklista - webbcopy

## Planera

- ✓ Utgå från målgruppsprofil.
- ✓ Vilket problem ska lösas?
- ✓ Syfte med texten?

## Rubriken

- ✓ Kort, informationsrik, framtung, ämnesord, självständig, förutsägbar.
- ✓ Siffror, trendord, påståenden, känslor.

## Ingress

- ✓ Kort (2-3 meningar), informationsrik, ämnesord, tidigt löfte.

## Mellanrubriker

- ✓ Retoriska frågor, påståenden, aktiva, ämnesord.
- ✓ Mellan varannat eller vart tredje stycke.

## Stycken

- ✓ Korta. Ett budskap per stycke.

## Punktlistor

- ✓ Använd flitigt. Framtunga.

## Länkar

- ✓ Måste vara informationsbärande och tydliga.
- ✓ Använd title-attributet vid behov.
- ✓ Fördjupad information.

## Siffror

- ✓ 23 är bättre än tjugotre.
- ✓ 3, 7 och 10 - listor lockar.

## Multimedia

- ✓ Multimedia är nyckeln till mycket inlänkar.

## Bilder

- ✓ Använd alltid en eller flera bilder som *stöd* för innehållet.
- ✓ Arbeta med ALT-texten för bilden.

## Video

- ✓ Använd video när det går.
- ✓ Du kan själv ganska enkelt skapa en screencast.

## Publicera

- ✓ Vid rätt tidpunkt.
- ✓ Marknadsför. (pinga, twittra, facebooka, mejla...)
- ✓ Använd mätbara länkar

## Dela

- ✓ Uppmuntra delande i sociala medier/ nätverk.
- ✓ Följ upp hur många som delar (spårbarhet).

## Upptäck konversationer

- ✓ Bevakning på ämnesord.
- ✓ Engagera dig i konversationer.

## Mät!

- ✓ Besöksantal, retweets, antal kommentarer...
- ✓ Leder insatserna till ändrade beteenden?
- ✓ Vad göra annorlunda nästa gång?

## Andra tips

- ✓ Klippbok med copy
- ✓ Leta i kommentarer efter inspiration till nytt innehåll
- ✓ Läs och kommentera andras bloggar
- ✓ Följ twittrare inom samma ämnesområden
- ✓ Ett gammalt inlägg kan få nytt liv med en ny rubrik