

”Att väcka intresse”

Distanskurs she

Fredrik Björk

Varför väcka intresse? Och hos vem?

- Finansiärer
- Sponsorer
- Partners
- Organisationer (projektägare)
- Media
- Målgrupp

”Pitcha” – sälja in

- Kort och tydligt
- ”Elevator pitch” – dvs hela konceptet måste vara klart under den tid man står tillsammans i en hiss
- Men – behöver inte alltid vara så kort/intensivt
- Dock – funkar lite som första meningen i en roman – skall locka till vidare läsning...

Vad kan vara viktigt?

- Förbereda sig – skaffa kunskap
- Flytta fokus till mottagaren!
- Vad är mottagarens drivkraft?
- Varför skall denne vara intresserad?
- Vad skall/kan denne bidra med?

Budskapet

- Främst: Visionen, resultatet
- Sekundärt: Problemet/möjligheten
- Beror på- hur känt problemet/möjligheten är

Steg 2

- Tydliggöra hur (att det är möjligt)
- Vem (varför just du har den nödvändiga kompetensen)

Väcka intresse

- Formen viktig –
- Använd gärna okonventionella metoder/
formspråk
- Sticka ut
- Kan vara provocerande
- Men – det måste vara något du kan stå för och
som har täckning i projektet