

Velkommen!

Før vi starter...

Jeg gleder meg til å komme i gang med kurset og bli kjent med deg!

Først skal du få tilgang til digitalt kursområde og en arbeidsbok:

<https://www.fjellflyt.no/produkter>



Skrivekurs med Fjellflyt for MIA

NOK 0,00 (+ 25 % VAT)

Skrivekurs for deltakere på MIA sitt gründerkurs for håndtverkere.

Kjøp nå

A background image showing two women from the chest up, laughing joyfully. They are standing in a grassy field with hills in the background. The woman on the left is seen in profile, looking upwards and laughing. The woman on the right is facing slightly towards the camera, also laughing. Both are wearing patterned sweaters. The image has a dark, semi-transparent overlay.

Skriveverkstedet ordsmia

FINN OG FORTELL HISTORIEN OM BEDRIFTEN DIN

Hva brenner du for?

Skriv i 60 sekunder



hei, så kult at du vil starte noe eget!

Bygg opp en lønnsom bedrift og skap ditt livsverk

Selv med en liten bedrift kan du gjøre en stor forskjell for noen

Jeg heter *Torill Bye Wilhelmsen* og er en kronisk innovatør med smittende entusiasme.

Jeg startet Fjellflyt for å hjelpe folk fra bygd og by å utvikle lønnsomme og bærekraftige bedrifter, så de kan leve av det de brenner for.

Jeg har startet to bedrifter, vunnet priser for innovasjon og nettsidetekster som selger, jobbet som prosjektleder og næringssjef, og fullført en mastergrad i internasjonal økonomi og utvikling.

Nylig ble jeg sertifisert som veileder i strategi for små bedrifter i USA, og er klar for å dele disse verktøyene og metodene med deg. Innimellom studier og konferanser utforsket jeg gründer- og matmekkaet Portland i Oregon med familien min i 10 uker.

Kundene mine er prisbelønte ildsjeler som søker en aktiv hverdag med mer mening. De har gått fra idé til millionomsetning på ett år, sagt opp kontorjobber for å se det glitre i snøen, lager vakre og varige produkter, produserer skikkelig mat, jobber med mennesker og skaper kunst.

Hva brenner du for? Jeg brenner for å "sette bygder, bedrifter og ideer i bevegelse". Jeg vil gjennom kurs, Walkshops og coworking hjelpe gründerne å sette sine ideer i bevegelse. Fjellflyt har fått omtale i Forbes, verdens største næringslivsmagasin. Tenk hva du kan oppnå når du får et kart med strategien som viser hvordan du kan nå dit du vil.

Det er din tur nå.

[Fortell mer](#)

Det virker på meg som om
noen bedriftseiere har
lettere for å fri til kjæresten
enn å skrive en solid
«Om oss»-side.

– **Sonia Simone, Remarkable Communication**

Eksempler på 4 kategorier egenbeskrivelser

1. **Hva brenner du for?** – hva som driver deg, hvorfor gjør du det du gjør – slik du gjør det, verdier, tilnærming til faget
2. **Personlig reise** – opprinnelseshistorie, vendepunkt, aha-opplevelse, læretid, inspiratorer
3. **Verksted og håndverk** – prosess, teknikker, materialer, spesialisering, geografisk tilhørighet
4. **Generasjonsarv** – formål og verdier, hvem du lager for, livsstil, bærekraft, motkultur, tradisjonsbevaring

Verksted og håndverk

Mingar Walker
GLASSBLÅSERI

NETTBUTIKK / WEBSHOP

OPPLEVELSER / EXPERIENCES

BESØK / VISIT OM / ABOUT

KOSTEBINDERI

ALVEHAGEN BLOMSTER

LOGIN



Håndlaget på Jæren

KJØP



Verksted og håndverk

Håndlaget – unik – lokal

Vi er stolte tradisjonsbærere av et gammelt og utrydningstruet håndverk.

Samtidig handler vårt eget uttrykk om rene linjer og funksjonell eleganse.

Glasset vårt er munnblåst og formet for hånd her i vårt glassblåseri på Jæren.

Her finnes det ingen masseproduksjon. Det betyr ikke at vi ikke kan levere større bestillinger, det er klart vi kan! Vi må bare få litt tid på oss.

Håndlaget glass har en iboende egenart, med unike variasjoner som forteller historien om hvordan det har blitt laget.

Hvert glass vi lager blir utformet individuelt med omtanke for materialet, prosessen og den ferdige gjenstanden.

Å eie og bruke unikt utformet glass er en fin mulighet til å senke tempoet og virkelig verdsette det du har

Vi har butikk og verksted i samme lokale og stikker du innom i produksjonstiden kan du oppleve dette magiske håndverket på nært hold.

Å kjøpe lokalt produserte varer er fint for klimaavtrykket ditt, samt at det gir et bevisst forhold til hvor, hvordan og hvem som har laget glassene du bruker.

Generasjonsarv

Vår historie

Ludvig Theodor Felumb kom fra Danmark som vandrende svenn i midten av 1800 tallet. Han var fra en dansk familie med aner tilbake til 15 hundretallet som hadde lange tradisjoner som kunstnere musikere og gullsmeder. Han tok sitt Mesterprøve i 1841, og startet forretning i Arendal samme år. Siden flyttet han til Halden i 1847 hvor han drev gullsmedvirksomhet frem til 1851 da han etablerte sin forretning i Larvik.

Lokalene

I 1875 flyttet Felumb forretningen til Torvet og leide et lokale i Apoteket Ørnens sidebygning. Senere kjøpte man naboeiendommen Torvet 6 og flyttet dit. Denne bygningen brant i 1932. Man bygde da opp en etter den tids målestokk svært moderne bygning som var ferdig i 1935. Firmaet eier og holder fremdeles til i samme eiendom.

Familiebedrift

Felumb hadde ingen sønner som ville overta forretningen. Den ble derfor overtatt av hans datter som ble gift Wohl. Hennes to døtre overtok forretningen i 1911. Karen Wohl ble gift med Ole Magnus Kjendlie og under dyktig ledelse ble forretningen drevet fram til å bli distriktets ledende gullsmedforretning.

Karen Kjendlie døde i 1962 og forretningen da omorganisert til Aksjeselskap og ble drevet av Karl-Magnus Kjendlie. Han bygde opp forretningen slik vi kjenner i dag med høy kompetanse og dyktighet.

Butikken drives i dag av 6. generasjon, Ole-Richard Kjendlie Felumb med konen Tonje Mjanger Felumb, firmaet kan derfor se tilbake på over 170 år i samme by og i samme familie.

Gullsmed i Larvik

Gullsmed Felumb ble etablert i 1851, og drives i dag av 5. og 6. generasjon. Firmaet har holdt til på Torvet i Larvik i alle disse årene, og vi fremstår i dag som en av de mest moderne gullsmedene i bransjen. En gave er like mye gleden av å gi som gleden av å få. Vi har igjennom over 173 år hatt en filosofi og et mål om å gi våre kunder maksimal service og god handleopplevelse!

«Bare én ting slår følelsen av å gi noe pent til den man elsker..... Få noe fint av den man elsker»

Vi har gaver til alle anledninger, enten man ønsker å gi bort noe fint, si noe uten ord, overraske noen eller rett og slett unne seg noe selv!

Faglig kompetanse

I vår forretning setter vi det faglige utrolig høyt. Vi har gullsmeder, gemologer og diamanteksperter daglig i arbeide i bedriften. Hos oss får du en faglig ekspertise og erfaring utover det vanlige.

Vi innehar følgende titler:

- Gullsmedmester/gullsmedsvenn
- Diplomgemmolog FGA og DgemG
- Diamantfagmann DgemG
- NGF registrert takstmann
- Medlem av Norges Gullsmedforbund

Opprinneshistorien

Da jeg var lita jente, var Breksillan en veiløs gård ved en fjord i Namdalen.

Nesten hver dag var mamma og jeg på tur. Skogen var min lekeplass. Vi ungene hadde hus under grantrærne og rodde ferje mellom holmene i fjellvannet. To tyttbærblad til den holmen, tre blad til den lengre bort.

Helgene i Kvila, gårdens lille jaktbu på 20 kvm var magiske. Gjennom skogen og frem til hytta som lå der ved vannet var det 1 time å gå. Vi fisket, alltid stekt fjellfisk til kveldsmat, plukket blåbær som ble til syltetøy på brødiskiva. Var vi heldige, ble bæra servert med sukker og melk.

Hver vinter arbeidet mennene på gården i skogen. Lukten av sagflis og gran er fortsatt den fineste lukten jeg vet om. Det lukter pappa, Breksillan, tømmerhogst. Da jeg ble større var jeg med og plantet de små granplantene. Slik tjente jeg mine første kroner. Rundt tretopphytta er det flere plantefelt jeg har vært med på å plante.

Siden tok livet meg mange veier og jeg ble byjente, men lengselen etter skogen har alltid vært der. Etter skogen vår, der det ikke er tilrettelagte stier, men stier etter forne tider og etter elgen. Der det er stillhet og du selv må ha med kaffe og mat og finne en moserabb eller stubbe å sitte på.

Hjertet mitt bor i skogen. Det er i skogen jeg har vokst opp, det er i skogen jeg er hjemme.

Jeg heter Kathrin Kjelbotn Wråli. Jeg har vendt hjem til min barndoms skog. Jeg har tatt med meg en annen som er glad i skogen, min mann Christian. Sammen vil vi gjerne dele den med deg. Slik at du også kan få et pusterom, oppleve roen og stillheten under trekronene, i flammene fra bålet eller i knitringen fra vedovnen. Fiske fjellfisk til kveldsmaten, eller plukke bær til å lage eget syltetøy.

Ta med kjæresten, familie eller venner - eller kom alene. Ta en pause, høyt hevet over hverdagen.

Du er hjertelig velkommen!



*"Hjertet mitt bor i skogen.
Det er i skogen jeg har
vokst opp, det er i skogen
jeg er hjemme."*

— KATHRIN KJELBOTN WRÅLI



Og til slutt, om du lurer på hva Purenkel betyr?

PUR = autentisk, opprinnelig, ekte, reinspikka, original, edel, sann, ektefødt, fullblods, genuin, 100%, ren, uforfalsket, vaskeekte

ENKEL = fundamental, bare blåbær, grovhugd, avkledt, elementær, beskjeden, upretensiøs, brukervennlig, diskret, lettfattelig, direkte, ukomplisert

Personlig historie

Line Elghøy Marsdal,
gallerist og billedkunstner

Vendepunktet

– en personlig historie om et valg, en visjon eller en oppdagelse

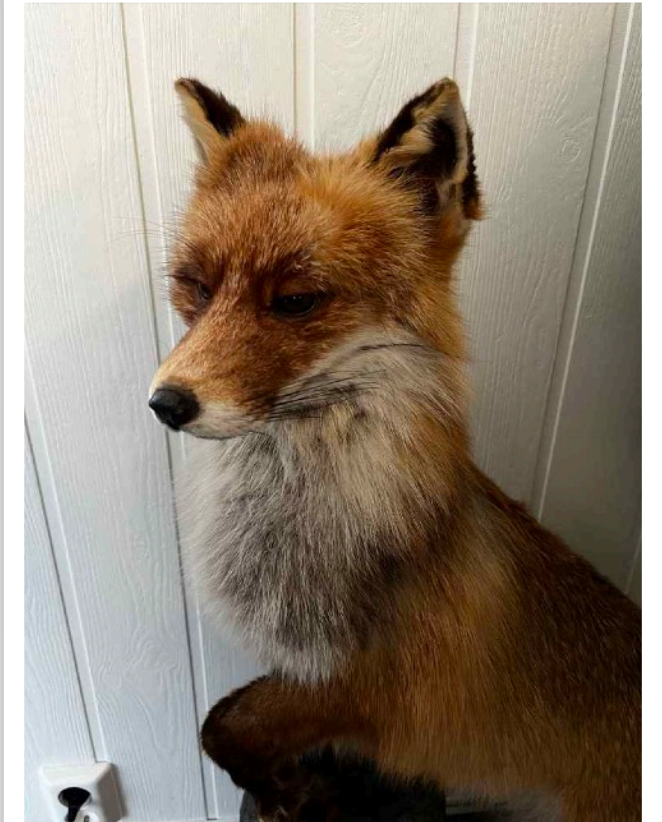
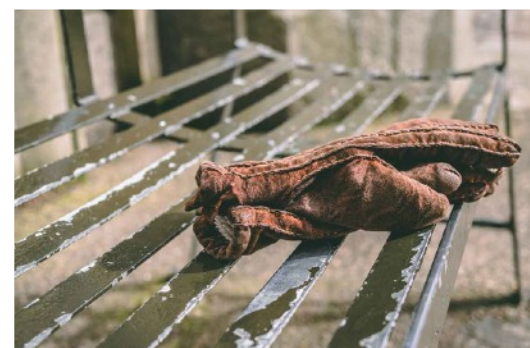
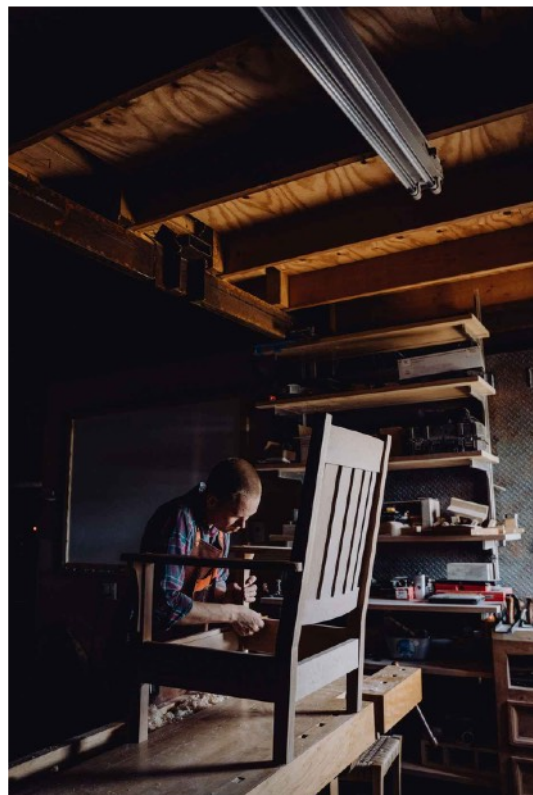
Nå skal vi ha en Walkshop.

Den halvtimen skal vi gå tur enten alene eller 2 og 2. Tenk ut en episode, og kom tilbake og fortell meg om den.

Jeg sitter her og skriver den ned.

Du kan også skrive den ned selv, hvis du foretrekker det.

Dette skal være en hendelse som du synes det er greit å dele med andre.



Gjennomgang og
redigering i
plenium

Bli husket

– en mikrotekst om deg

Bli husket for det som skiller deg fra andre

Jeg er en whisky-elskende felespiller som tar alle sparringer med gründere i små bedrifter som gå-møter utendørs.

Oppgave: Skriv 1 setning om deg.

Ta tak i det det som er litt uvanlig, uventet eller motsetningsfylt!

Eksempler

«Jeg er en bunadssyerske som ikke har egen bunad»

Rockeren med folkemusikkelskende foreldre.

Taksidermisten som var redd for blod.

Matrosen som går i blomstrete kjole om kveldene.

Kokken som snakker 6 språk flytende og ikke liker fransk mat.

Jeg er fitnessdronninga med blått hår.



Hvem skriver du til?



“Vit alltid hvem du skriver til, da kan du ikke trå feil i teksten og vil skrive mer overbevisende og engasjerende.”

– Torill Bye Wilhelmsen, Fjellflyt



Oppgave

Tegn en kunde du ville
klonet

Formål

- «Om oss»-siden handler om leseren og hvordan du hjelper leseren med å oppnå sine mål
- Du presenterer deg selv, men i konteksten «hvem kan jeg være for deg»?

Hva får leseren ut av «Om oss-sida»?

- Hva kan leseren få ut av besøket på nettsiden din? Inspirasjon, kunnskap, informasjon, meninger, tips, historier, fellesskap – noe annet?
- Hvilke problemer løser du? Hvilke drømmer kan du oppfylle?
- Hvordan hjelper du leseren med å oppnå dette?

3 ting «Om oss»-siden MÅ inneholde

1. Det er en egen side som finnes i navigasjonen under «om oss»
2. Ditt fulle navn, formelle kvalifikasjoner og portrettbilde
3. Kontaktinformasjon (evt. også sosiale medier-linker)

3 feil vi vil unngå

1. Ikke vite eller glemme hvem vi skriver for (og det er ikke «meg meg meg meg meg»!)
2. Aaaalt for lange tekster – eller ingen tekst og kun video
3. Kjedelig språk uten personlighet, eller noe usant skrevet av en datamaskin



Jo, det er lov!

- Bruk din egen skrivestemme
- Finn din indre nerd og særinteresser
- Skriv så blekket spruter når du er inspirert
- Få med dine viktigste formelle kvalifikasjoner, det er ikke skryt
- Kutt ut fagspråk og intern bransje-sjargong
- Rediger vekk hype-ord med hard hånd, men bruk gjerne metaforer

Tenk på din argeste konkurrent.

Hva irriterer deg grenseløst med måten
vedkommende (bedrift) gjør ting på?

Skriv i 2 minutter

Fang essensen

– en mikrotekst om bedriften

Øvelse: Hva gjør du + hvordan gjør du det

Fjellflyt = Ideer i bevegelse

Lenger versjon: Sette gründere, bygder og bedrifter i bevegelse

Keramiker

«Skaper følelsen av oppriktighet i et hjem»

Teppe-vever

«Tekstiler som bedrer akustikken»

Vest-Afrikanske Melake lager tunikaer med en

«Energi som inspirerer bæreren til handling»

Lysdesigner

Bevarer poesien i rommet

Estelle Bourdet – vever. (Hennes svenske oldemor vevde i sommerhuset).

«Gives shape to my childhood memories»

Sprit opp språket med ordboka!

Bruk ordboka til å finne synonymer!

Eksempel på «Om oss»-tekst:

Gjennom produksjon og annen næringsvirksomhet har bedriften som formål å skape grunnlag for avklaring, kvalifisering og rekruttering av arbeidssøkere til arbeidslivet. Selskapet skal også gi tilbud om varige arbeidsplasser til egnet målgruppe. Bedriften er en levende arena som fremmer egenart, miljø og helse. Vi har fokus på menneskers egenart, og dette er viktig i alt fremtidig arbeid. Miljøet står i sentrum, gjennom kontinuerlig fokus på godt og trygt arbeidsmiljø.

Alternativ tekst:

Drivkraften vår er å få mennesker som har vært gjennom en tøff tid tilbake i en jobb de trives i, sammen med gode kollegaer. Hos oss kan alle kan være seg selv og være trygge på at det er godt nok.

Trenger du en ny start? Vi finner ut hvilken type jobb som er midt i blinken for deg, enten det er på håndtverksfabrikken vår eller i andre bedrifter i nærmiljøet.

Våre tjenester passer for deg som trenger en high-five mer enn en avvisende hånd, og kan kunsten å oppmuntre andre på samme måte.

Oppslagsord Ordbokartikkel

framme
fremme**framme** *adv.*; el. **fremme** *adv.*
(norrønt *frammi*)

- 1** i, på fremste delen, på
framsiden, foran
*sitte framme i bilen / både
framme og bak / framme på
magen*
- 2** på et sted lenger framme
*framme på garden, neset / lenger
framme i tiden / være langt
framme langt utviklet*
- 3** ved målet
vi er snart framme
- 4** *synlig, nærværende, aktuell*
*saksa ligger framme / det som er
framme i tiden*

fremme

II fremme *v1* (norrønt *fremja*, av
fram)

- 1** hjelpe fram, øke, påskynde,
stimulere
*fremme en sak, et formål / tiltak
som fremmer kommunens
økonomi / fremme salget av,
interessen for*
- som adjektiv i presens
partisipp:
*virke fremmende på
stimulerende*
- 2** legge fram til behandling, ta opp,
reise
*fremme et forslag / fremme en
sak for Stortinget, retten*
- 3** sette i verk, gjennomføre

Oppslagsord Ordbokartikkel

fremja
fremje
fremma
fremme**fremje** *v1*; el. **fremme** *verb*
(norrønt *fremja*; av *fram*)

- 1** hjelpe fram, stimulere; skunde
på, auke
*dette fremjar saka, føremålet /
fremje interessa, opplysninga,
salet*
- 2** setje fram (til handsaming),
leggje fram, ta opp, reise
*fremje saka for Stortinget, for
retten*
- 3** setje i verk, utføre, gjennomføre,
oppfylle
fremje eit skjøn, ein takst

Resultat pr. side <https://ordbok.uib.no/>

1 være i bevegelse, føres av sted
drive til havs / skodda driver /
uværet drev over

- som adjektiv i presens
 partisipp:
drivende mine

2 støte, slå, hamre på plass
drive inn en spiker / drive ned en
påle / drive en kile inn i noe

drive en båt tette den med drev
(3)

3 jage, presse (II); føre (IV,1)
drive elevene hardt / drive noen
til fortvilelse, vanvidd / drive noen
til å tilstå / drive båten ut av kurs /
drive noe(n) på flukt / bli drevet
fra skanse til skanse

- som adjektiv i presens
 partisipp:

drive fram dyrke i kunstig klima;
 hogge og hente ut tømmer

drivende hunder jakthunder som
 halsende jager på spor, til
 forskjell fra stående hunder

4 bringe til et visst stadium; dyrke
drive fram grønnsaker / drive
rovdrift på / drive spøken for vidt

drive det langt nå langt fram (i
 yrket sitt)

5 sette i verk, være leder for, holde
 i gang; beskjeftige seg med
drive en gard / drive idrett,
studier, undersøkelser / drive
lønnsomt / drive med litt av hvert
/ hva driver du med nå?

- som adjektiv i presens
 partisipp:
være den drivende kraft i et
foretakende

drive gjøn, ap med erte, holde for
 narr

6 dovne seg; reke (III)
drive omkring i gatene

drive dank dovne seg, ikke
 arbeide med noe

7 om væske: strømme, dryppe ned
regnet drev nedover rutene

- som adverb i presens partisipp:
være drivende våt

drivfjær
drivfjør

driv|fjær m., f.; el. driv|fjør m., f.



1 fjær som driver for eksempel urverk

2 i overført betydning: drivende kraft, motiv (1)
hennes idealisme var drivfjæren i arbeidet

drivkraft

driv|kraft m., f.



1 kraft som setter og holder en maskin i gang

2 i overført betydning: drivende kraft, drivfjær (2); spore (1,1)
være drivkraften i arbeidet

dynamisk

dynamisk a2



1 som gjelder bevegelse(slære); som er i bevegelse; motsatt *statisk*; som har drivende kraft
et dynamisk samfunn et samfunn i utvikling; et pulserende samfunn

dynamisk elektrisitet elektrisitet i bevegelse, elektrisk strøm

2 som gjelder styrkegrader

dynamisk aksent trykkaksent

3 *energisk, initiativrik*
en dynamisk sjef, ledelse / en dynamisk personlighet / et dynamisk arbeidsmiljø

ferment

ferment n3 (fra latin)



1 tidligere: enzym

2 drivende kraft, vekker
fermentene i landets kulturliv

Den raskeste veien til en god salgstekst

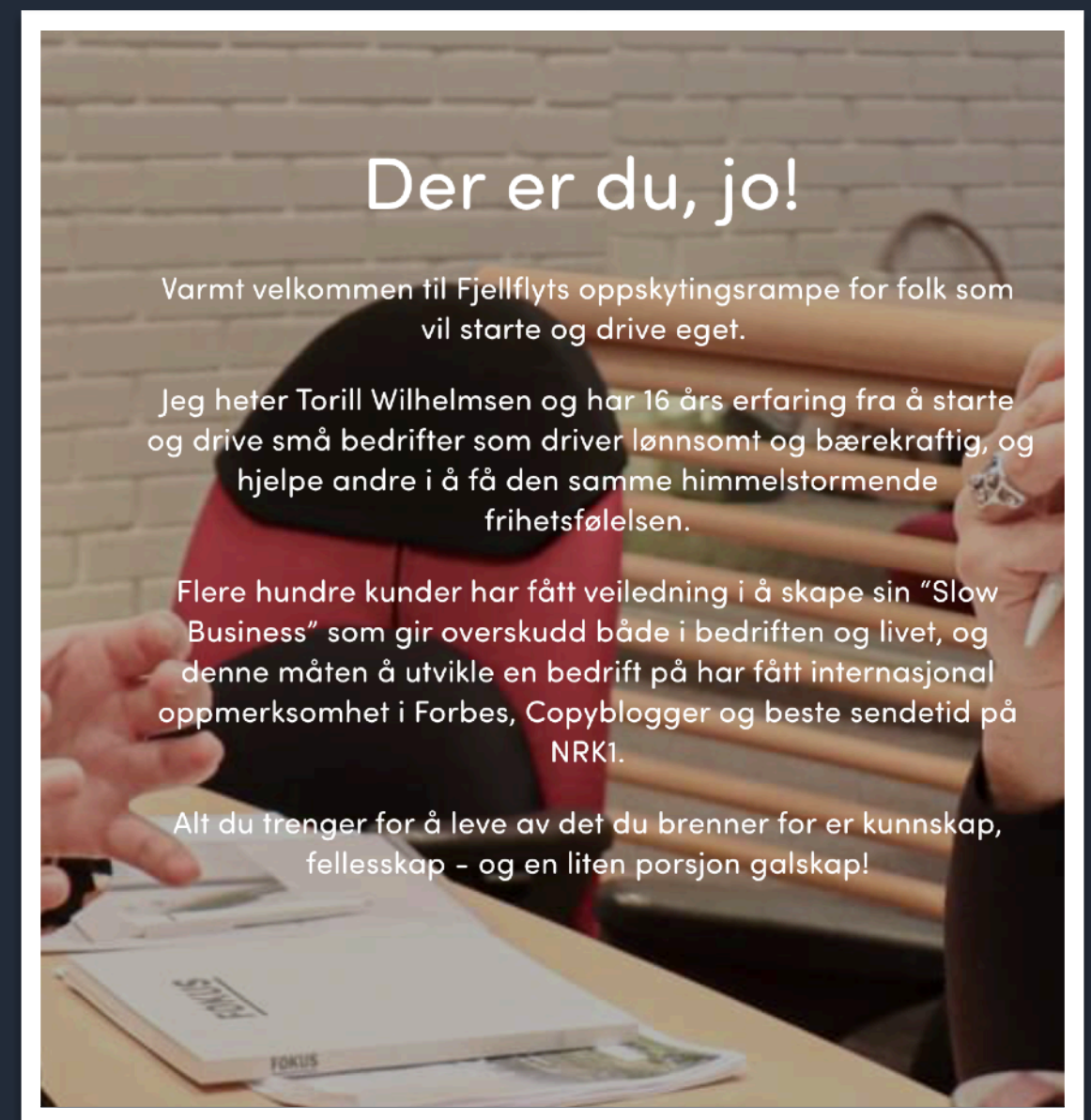
1. Usammenhengende ideer
2. Elendig utkast
3. Dårlig utkast jeg ikke vil være bekjent av
4. Utfyllende utkast som jeg i alle fall ikke vil vise til
NOEN
5. Er muligens inne på noe nå-utkast som er helt
flaut dårlig

DEADLINE

PUBLISERING

Sjekkliste!

- ✓ Hva er det bedriften driver med og for hvem?
- ✓ Navn og kvalifikasjoner
- ✓ Bedriftens kredibilitet/sosial proof
- ✓ What's in it for me?
- ✓ Hvilket problem løser du?
- ✓ Hvilke drømmer kan du oppfylle?
- ✓ Hvordan hjelper du leseren med å oppnå dette?
- ✓ Personlighet og entusiasme
- ✓ Bilde



La oss bli kjent!

- Skriv en "Om oss"-side som klart og tydelig formidler:
 - hvem du er
 - hva du står for/bedriftens hvorfor
 - hvorfor du er den rette til å hjelpe kunden med å løse sitt problem

Der er du, jo!

Varmt velkommen til Fjellflyts oppskytingsrampe for folk som vil starte og drive eget.

Jeg heter Torill Wilhelmsen og har 16 års erfaring fra å starte og drive små bedrifter som driver lønnsomt og bærekraftig, og hjelpe andre i å få den samme himmelstormende frihetsfølelsen.

Flere hundre kunder har fått veiledning i å skape sin "Slow Business" som gir overskudd både i bedriften og livet, og denne måten å utvikle en bedrift på har fått internasjonal oppmerksomhet i Forbes, Copyblogger og beste sendetid på NRK1.

Alt du trenger for å leve av det du brenner for er kunnskap, fellesskap – og en liten porsjon galskap!

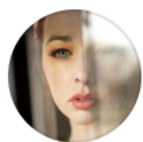
Hvis du føler deg som en dårlig
skribent, er du ikke det altså!

svadagenerator.no



DEL 2

Verktøy: Kundespråk-mappa



Brittnee Bond er i Norway med Torill Bye Wilhelmsen.



17 t · ▼

Friends, I'm so excited for this founders festival Sept 9-12 in the beautiful country of NORWAY! [Slow Business Adventure](#) is where you meet your people, experience nature and get rejuvenated to keep killing it in your business.

- **LYTT** til kundene i samtaler, sosiale medier, andre fora/grupper enn dine egne
- **YTRINGER** fra kundene sparer du i kundespråk-mappa (eposter, fra kommentarfeltene, tilbakemeldingsskjema)
- **SPØR** om deres drømmer, ønsker og problemer
- **SPEILE** kundens språk, uttrykk og formuleringer i dine salgstekster for best resultat

“Når du skriver for å selge,
er det egentlig redigering
av de ordene kunden
bruker selv, og det
narrativet de forteller inne i
hodet sitt.”

– Alle «conversion copywriters» som finnes

Verktøy: Kundekart



Kundekart



Sier



Gjør



Tenker



Føler

Salgsprosessen og kjøpsprosessen





Pris til kunde: 20 kr
Pris til produsent: 6,5 kr

Hvis du ikke selger
selv, går du glipp
av $\frac{2}{3}$ av verdien

Produsentens pris + (35%–50% til grossist) + (5%–15% til distributør)

Grunner til at det kan føles engasjerende, ekte og etisk riktig å selge MYE av tjenestene/produktene

Din bedrift

Økt lønn

Heve kvaliteten

Større jobbsikkerhet

Overskudd i bedriften

Penger du kan investere i vekst eller utvikling

Oppleve at det du tilbyr er attraktivt

Sette i sving nye prosjekter/ideer

Få tillit fra nye kunder

Utvide teamet ditt

Godt omdømme

Flere referanser

Mer robust bedrift

Deg personlig

Mening

Et godt liv

Kundene dine

Oppfyller en drøm

Løser et problem de har

Gjør noe for å bedre sitt hverdagsliv!

Gjør jobben deres enklere å utføre, sjefen blir fornøyd

Begeistring og entusiasme over å finne ditt produkt

Fellesskap med andre og styrket mental helse

Handler av en bedrift som bidrar lokalt

Blir sett og imøtekommet på sine behov

Personlig service og tilgjengelighet

Framstår bra ved å anbefale deg

Får kundefordelene ved tjenesten/produktet

Markedsføring handler om å
utvikle forholdet mellom
bedriften og kunden, slik at
kunden tar stegene fra
interessert til *investert* i sin
kjøpsprosess

Salgsarbeidet handler om å
få kunden til å forplikte seg
emosjonelt og økonomisk til å
gjennomføre kjøpet, og
selgeren leder kunden med
trinnene i salgsprosessen.

Torill Bye Wilhelmsen

Selg mer av det du har

5 typer potensielle kunder

5

Ubevisste Ulrik - Vet ingenting, verken at han har et behov, et problem eller at det finnes en løsning på det.

4

Problem-Pernille - vet at hun har et problem, men aner ikke at det finnes en løsning på det verken hos deg eller noen andre.

3

Løsnings-Linda - vet hun har et behov for det du selger, men vet ikke at ditt produkt kan løse behovet for henne.

2

Produkt-Per - Kjenner produktet ditt, men vet ikke helt hva det kan gjøre for han.

1

Kjøpsklare Kjell - Vet hva du selger og hvorfor han trenger det, han venter bare på det helt riktige tilbudet.

Nye fjes (leads/potensielle kunder)

Hvor kjøpsklare er de potensielle kundene dine?
Nye fjes har alle ulik lengde på kjøpsprosessen.

Salgstrakt

Ubevisst

Problemorientert

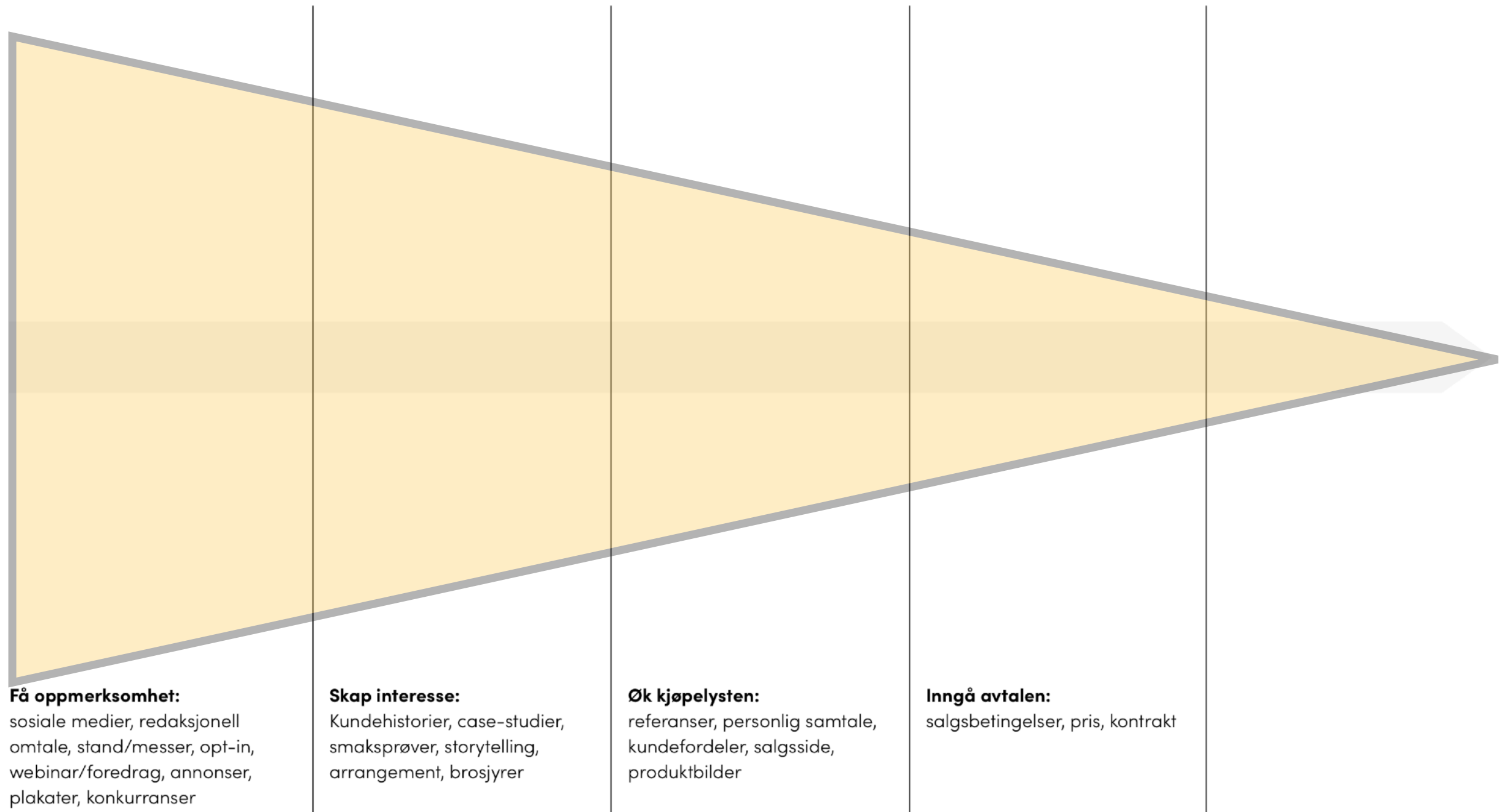
Løsningsorientert

Har produktkjennskap

Kjøpsklar

For å selge mer må du bruke de ulike nivåene av kundebevissthet som en guide til god kommunikasjon, slik at du treffer med salgsbudskapet.

Markedsplan for salgskampanje



#2

Modul #2

Sådan bygger du en liste med brandvarme leads, du kan sælge til med det samme (uden at have et website, en kunde eller en eneste krone til markedsføring)

På dette modul lærer du bl.a.:

- ✓ Hvordan du bygger en e-mailliste med reelt købeklare leads - udenfor dit eget website.
- ✓ Hvad en squeezepage er - og hvordan du bruger den til at hvide tusindvis af leads ind på få dage.
- ✓ 5 draneffektive måder at bruge squeezepages i din forretning, komplet med real life eksempler.
- ✓ Opskriften på, hvordan du får 3.000 leads på en weekend - uden at have en internetforbindelse. Genial case, alle kan lære af.

Og ikke nok med det - du får også denne vilde bonus:
Facebook-eksperternes komplette guide til hvordan du målretter, opretter og gennemfører effektivste lead-annoncelokampagner på Facebook - uden at skulle hyre et bureau til at gøre det for dig.

Har du et spørgsmål?

Indtast din emailadresse her

Send

#3

Modul #3

Sådan konverterer du dine nye læsere til betalende kunder, mens du sover

I tredje modul får du:

- ✓ Svaret på hvilke mails, du skal sende dine nye læsere, så du hurtigt konverterer dem til betalende kunder.
- ✓ Fuldfærdig guide til dig, der driver en webshop, komplet med eksempler som PDF.
- ✓ Fuldfærdig guide til dig, der er vidensformidler, ekspert, underviser og lign, komplet med eksempler som PDF.

Bonus kursus-i-kurset:
Webinarseriens guide til, hvordan du sætter din automatiske salgsmaskine op, uden at du behøver ringe eller henvende en konsulent eller en 16-årig.

Få adgang til det hele nu >

Dette kursus er baseret på 8 års professionel e-mailmarkedsførings-nørderi.
Din underviser på kurset er e-mailmarketingsspecialist Christina Ritzgaard.

Christina har 8 års praktisk erfaring med at sælge for millioner af kroner via e-mails på det danske marked. I dag dertil 25 års erfaring som tekstforfatter med speciale i at skrive tekster, der skaber målbar reaktion.

Christina er en smittende energisk oplevelseholder og som sådan ofte på plakaten til markedsføringskonferencer og events.

Hun får du uendelige tusindvis af kursister live overalt i Danmark, og hendes online-undervisning bliver rigtig meget af tusindvis af danske e-mail-marketing-entusiaster - fra spredte nybegyndere til hardcore specialister.

Her får du altså en underviser, der har reel hands-on erfaring med e-mailmarkedsføring på det danske marked - og som ved, hvad der virker og ikke virker. Nu varm luft. Med garanti.

Har du et spørgsmål?

Indtast din emailadresse her

Send

Introduktionspris:

1000 kroner + moms

for hele online-kittet til download nu

Køb kurset nu

zendesk chat
 Har du et spørgsmål?

Indtast din mailadresse her

Betal i 2 rater:

500 kroner ved køb og 500 kroner 30 dage senere. Helt uden en krone i gebyr.

HEFTIG BONUS:

Kom med i den lukkede Facebookgruppe TURBO1000 Challenge

Sammen med dit kursus får du også gratis medlemskab af den lukkede facebookgruppe TURBO1000 CHALLENGE! Her kan du sparre med andre e-mailmarkedsførere, der også har investeret i kurset – og i kan dele jeres succeser, strategier og erfaringer undervejs. Ideelt til dig, der motiveres af fællesskabet med andre.

zendesk chat
 Har du et spørgsmål?

Indtast din mailadresse her

Hvad bruger nogle (ikke nødvendigvis dig) ellers nemt 1.000 kroner på – uden at samle 1.000 nye e-mailmodtagere?

- ✓ Opgradering af en enkelt mobiltelefon, så de kan ringe kamvas til potentielle kunder, der ikke har bedt om det.
- ✓ En kvart plads på en konference, der nok lærer dem et nyt trick eller to, hvis ellers de bare kunne huske det ugen efter.
- ✓ Nyt design af topheaderen på nyhedsbrevet, som dog ikke rigtig har nogen modtagere endnu, men flot ser det ud.

zendesk chat
 Har du et spørgsmål?

Indtast din mailadresse her

TURBO1000 er et uudgæeligt kursus for dig, der vil sætte din e-mailmarketing op i gear

- ✓ Dig, der er helt grøn iværksætter, og som ikke har et website endnu, men ved én ting: Du vil markedsføre dig med e-mails. Good choice!
- ✓ Dig, der er etableret iværksætter, og som allerede har oplevet suget ved at have en e-malliste og vil bygge videre. Hurtigt.
- ✓ Dig, der er ansat i en virksomhed, som synes, at de gør alt det rigtige, men det virker ikke. Hint: I gør ikke alt det rigtige. Trælleren fossar ud af jeres side, fordi i a) ikke samler e-mailadresser de rigtige steder på sitet og b) ikke gør det i den rigtige kontekst – og endelig: ikke tilbyder noget, der er værdifuldt nok, i bytte for den e-mailadresse. Det stopper vi sammen.
- ✓ Dig, der skal i gang med at køre en kampagne snart – fx på en produktlaunch – og der er et par måneder før du får nye leads at markedsføre dig til. Kvalificerede, kærebedne leads.
- ✓ Og ja, TURBO1000 er også til både til webshop-tjener og vidensformidleren. Vi har pakket eksempler og principper til begge grupper.

Klar til at gå i gang?

Køb kurset nu

zendesk chat
 Har du et spørgsmål?

Indtast din mailadresse her

Sørgsmål til kurset? Send en mail til os på hello@welveoemails.dk – så garanterer vi dig et lynhurtigt og ærligt svar, du reelt kan bruge.

Disse fine virksomheder har vi undervist i e-mailmarketing

BOLIG
iden.tydk
BO BEDE
BENJAMIN
Scandlines
Aller

MARQUESSIMPLY
kraft
dinero.
3
louis poulson
GYSLO

zendesk chat
 Har du et spørgsmål?

Indtast din mailadresse her

Tvil er en invitasjon til å fortsette salgsprosessen

Slik kan du møte kommentarer om at det er «for dyrt»;
Anerkjenn, be om mer kontekst, understrek verdien.

Anerkjenn

Ja, det er en stor investering // Det er snakk om mye penger // Det er en viktig beslutning // Det koster med norsk produksjon og høy kvalitet på materialene // Det er ikke noe man unner seg hver dag // Det er noe man sparer til // Jeg kjøper ikke dette til alle bursdager jeg går

Be om mer kontekst

Har du kjøpt noe tilsvarende før? // Hva er det som gjør at du tenker at det er for dyrt? —> Følg opp med å fortelle mer om verdien til produktet

Understrek verdien

Årsaken til at prisen er X, er...

Du ønsket å oppnå/Du så etter dette, og det du får er...

Andre veier

Hvis du ikke kjøper dette, hvilke alternativer vurderer du da?

Hvis du ikke tenker på prisen, hvordan traff tilbudet med det du har behov for?

Hva er dette?



Kundene er koblet på Wi-Fi

99% av tiden

= What's in it for me

Skriveøkt



Salgsside for et produkt

- Skriv en salgsside for et spesifikt produkt/tjeneste som klart og tydelig formidler:
 - "Kroken" – formuleringen som fanger oppmerksomheten
 - hvem produktet passer for
 - hvilket problem det løser
 - hva de kan oppnå ved å kjøpe det
 - hvorfor dette er den beste løsningen
 - hvorfor de bør kjøpe det nå og ikke senere
- Disse verktøyene lærer du:
 - Hvilke elementer hører med i en salgsside som konverterer
 - Hva som skal stå på knappene



Bli med på live workshop

Lær å få:

- ✓ Flere ut-av-det-bli-salg der du aldri har hatt kontakt med kunden før
- ✓ Flere kunder så du øker omsetningen av de produktene du har best avanse på
- ✓ Kunder som kjøper for betydelig mer når de kjøper noe, og gjentakende går i takt - de blir trofaste og lojale kunder som blir hos deg over lang tid
- ✓ Flere av de *riktige* kundene så du betydelig reduserer antallet som angrep på kjøp, ideer er stålende fornyede, har noe å klage over eller berytter seg av åpent kjøp-garantien
- ✓ Kunder som *lærer seg hjemme* hos deg, anbefaler deg til alle de kjenner som de vet at du kan hjelpe og alltid går til deg først hvis de får et nytt behov for det du selger

[Herlig! Ta meg til påmeldingen](#)

Den aller enkleste måten å selge på hvis du vil selge på en etisk og hjelpsom måte

Gjennom nettkurset *Selg mer på nett* skal vi sørge for at du blir lyttet til når du vil fortelle potensielle kunder om produktet ditt, dele en ide eller skape engasjement. I en sak du er opptatt av. Du får den kunnskapen og verktøyene du trenger for å få flere til å kjøpe av bedriften din på nett, uten at du trenger å kjøpe en ny nettside til 30.000 kr eller mer, investere noe i oppgradering av nettsida eller kjøpe ny programvare eller plugins.

Dette er veien å gå hvis du er allergisk mot "lap og kjøp", synes det er dønn uaktuelt å presse folk til å kjøpe noe, får utsett av tanken på å "kjøpe leads" og "kjøre på for å close et salg" og er livredd for å få en dårlig relasjon med kundene dine om du hører for "selgende" ut.

Friskriv om hva
som helst

Skriv i 2 minutter

3 typer salgssider

- Produktbeskrivelse i en nettbutikk
- Long-form sales page
- Short-form sales page

#2

Modul #2

Sådan bygger du en liste med brandvarme leads, så kan sælge til med det samme (uden at have et website, en kunde eller en eneste krone til markedsføring)

På dette modul lærer du bl.a.:

- ✓ Hvordan du bygger en e-mailliste med reelt købeklare leads – udenfor dit eget website.
- ✓ Hvad en squeezepage er – og hvordan du bruger den til at hive tusindvis af leads ind på få dage.
- ✓ 5 drøneffektive måder at bruge squeezepages i din forretning, komplet med real life eksempler.
- ✓ Opskriften på, hvordan du får 3.000 leads på en weekend – uden at have en internetforbindelse. Genial case, alle kan lære af.

Og du får:

Facebook-ekspertens komplette guide til hvordan du målretter, opretter og gennemfører effektfulde lead-annoncelampagner på Facebook – uden at skulle hyre et bureau til at gøre det for dig.

præsentation
Har du et spørgsmål?

#3

Modul #3

Sådan konverterer du dine nye læsere til betalende kunder, mens du sover

I tredje modul får du:

- ✓ Svaret på hvilke mails, du skal sende dine nye læsere, så du hurtigt konverterer dem til betalende kunder.
- ✓ Fuldfærdig guide til dig, der driver en webshop, komplet med eksempler som PDF.
- ✓ Fuldfærdig guide til dig, der er vidensformidler, ekspert, underviser og lign. komplet med eksempler som PDF.

Bonus kursus-i-kurset:

Webrændens guide til, hvordan du sætter din automatiske salgsmaskine op, uden at du behøver ringe efter hverken en konsulent eller en 16-årig.

præsentation
Har du et spørgsmål?

Få adgang til det hele nu >

Dette kursus er baseret på 8 års professionel e-mailmarkedsførings-nørderi.

Din underviser på kurset er e-mailmarkedsføringsspecialist Christina Ritzgaard.

Christina har 8 års praktisk erfaring med at sælge for millioner af kroner via e-mails på det danske marked. I løbet af 25 års erfaring som tekstforfatter med speciale i at skrive tekster, der skaber målbar reaktion.

Christina er en smittende energisk oplægsholder og som sådan ofte på plakaten til markedsføringskonferencer og events.

Hun har undervist tusindvis af kursister live overalt i Danmark, og hendes online-undervisning bliver ditto fulgt af tusindvis af danske e-mail-marketing-entusiaster – fra sprøde rybegyndere til hardcore specialister.

Hår får du altså en underviser, der har reel hands-on erfaring med e-mailmarkedsføring på det danske marked – og som ved, hvad der virker og ikke virker. Nul varm luft. Med garanti.

præsentation
Har du et spørgsmål?

Introduktionspris:

1000 kroner + moms

for hele online-køttet til download nu

Køb kurset nu

zendesk chat
Har du et spørgsmål?
Indtast din emailadresse her >

Betal i 2 rater:

500 kroner ved køb og 500 kroner 30 dage senere. Helt uden en krone i gebyr.

HEFTIG BONUS:

Kom med i den lukkede Facebookgruppe TURBO1000 Challenge

Sammen med dit kursus får du også gratis medlemskab af den lukkede facebookgruppe TURBO1000 CHALLENGE. Her kan du spørre med andre e-mailmarkedsførere, der også har investeret i kurset – og i kan dele jeres succeser, strategier og erfaringer undervejs. Ideelt til dig, der motiveres af fællesskabet med andre.

zendesk chat
Har du et spørgsmål?
Indtast din emailadresse her >

Hvad bruger nogle (ikke nødvendigvis dig) ellers nemt 1.000 kroner på – uden at samle 1.000 nye e-mailmodtagere?

- ✓ Opgradering af en enkelt mobiltelefon, så de kan ringe kaffeavst til potentielle kunder, der ikke har best. om det.
- ✓ En kvart plads på en konference, der nok lærer dem et nyt trick eller to, hvis ellers de bare kunne huske det ugen efter.
- ✓ Nyt design af topheaderen på nyhedsbrevet, som dog ikke rigtig har nogen modtagere endnu, men blot ser det ud.

TURBO1000 er et uundgåeligt kursus for dig, der vil sætte din e-mailmarketing op i gear

- ✓ Dig, der er helt grøn værksætter, og som ikke har et website endnu, men ved én ting: Du vil markedsføre dig med e-mails. Good choice!
- ✓ Dig, der er etableret værksætter, og som allerede hår oplevet sucslet ved at have en e-malliste og vil bygge videre. Hurtigt.
- ✓ Dig, der er ansat i en virksomhed, som synes, at de gør alt det rigtige, men det virker ikke. Hint: I gør ikke alt det rigtige. Trafikken fosser ud af jeres boks, fordi i a) ikke samler e-mailadresser de rigtige steder på sitet og b) ikke går det i den rigtige kontekst – og endelig ikke tilbyder noget, der er værdifuldt nok, i bytte for den e-mailadresse. Det stopper vi sammen.
- ✓ Dig, der skal i gang med at køre en kampagne snart – fx på en produktnyhed – og ønsker en hel længe kuld af nye leads at markedsføre dig til. Kvalificerede, køberedne leads.
- ✓ Og ja, TURBO1000 er også til både til webshop-ejeren og videnformidleren. Vi har pakket eksempler og principper til begge grupper.

Klar til at gå i gang?

Køb kurset nu

Spørgsmål til kurset? Send en mail til os på helo@wekoveemailis.dk – så garanterer vi dig et lynhurtigt og ærligt svar, du reelt kan bruge.

Disse fine virksomheder har vi undervist i e-mailmarketing

BOLIG
idcnyt.dk
BO BEGRE
BENJAMIN
Scandlines
Aller

zendesk chat
Har du et spørgsmål?
Indtast din emailadresse her >

Short-form



Join us in the Facebook group to map out your success plan to finish 2018 strong (live coaching)

Join FREE facebook group

Your 8 Phase Plan

Posted on June 7th, 2018



Video 1
The High Performance Advantage

Video 2
The 90 Day Achievement Engine

Video 3
Your 8 Phase Plan

Video 4
The 90 Day Year
Released: June 11th

12,084 Shares

Share This With Others Looking To Make 2018 Great...

Share on facebook

Share on Twitter



Have you downloaded your copy of the 90 Day Year blueprint yet?

Download the workbook

Get PDF's



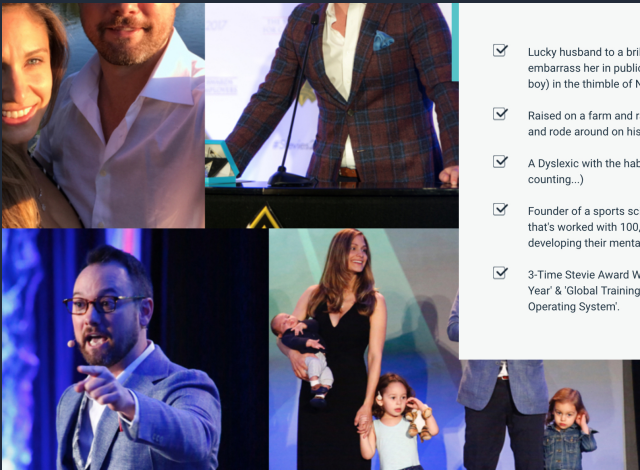
Have you tested your skills on the 90 Day Year program?

Take the Quiz

Prove yourself!

Todd has been featured in





☒ Lucky husband to a brilliant woman & CFO, who gets annoyed by his penchant to embarrass her in public. And, happily struggling to raise three little oak trees (2 girls, one boy) in the thimble of New York City.

☒ Raised on a farm and ranch in Alberta, Canada, where he milked cows, nursed calves and rode around on his horse, Cracker Jack.

☒ A Dyslexic with the habit of writing a daily letter to someone since he was 23. (4738 and counting...)

☒ Founder of a sports science and mental game training company, The Peak Athlete, that's worked with 100,000+ amateur athletes, and 100's of Pro & Olympic athletes developing their mental toughness skills with his 'Alter Ego Effect' System.

☒ 3-Time Stevie Award Winner for 'Global Leadership & Skill Development Program of the Year' & 'Global Training Team of the Year' honoring 'The 90 Day Year: High Performance Operating System'.



Have you downloaded your copy of the 90 Day Year blueprint yet?

Download the workbook

Get PDF's



Have you tested your skills on the 90 Day Year program?

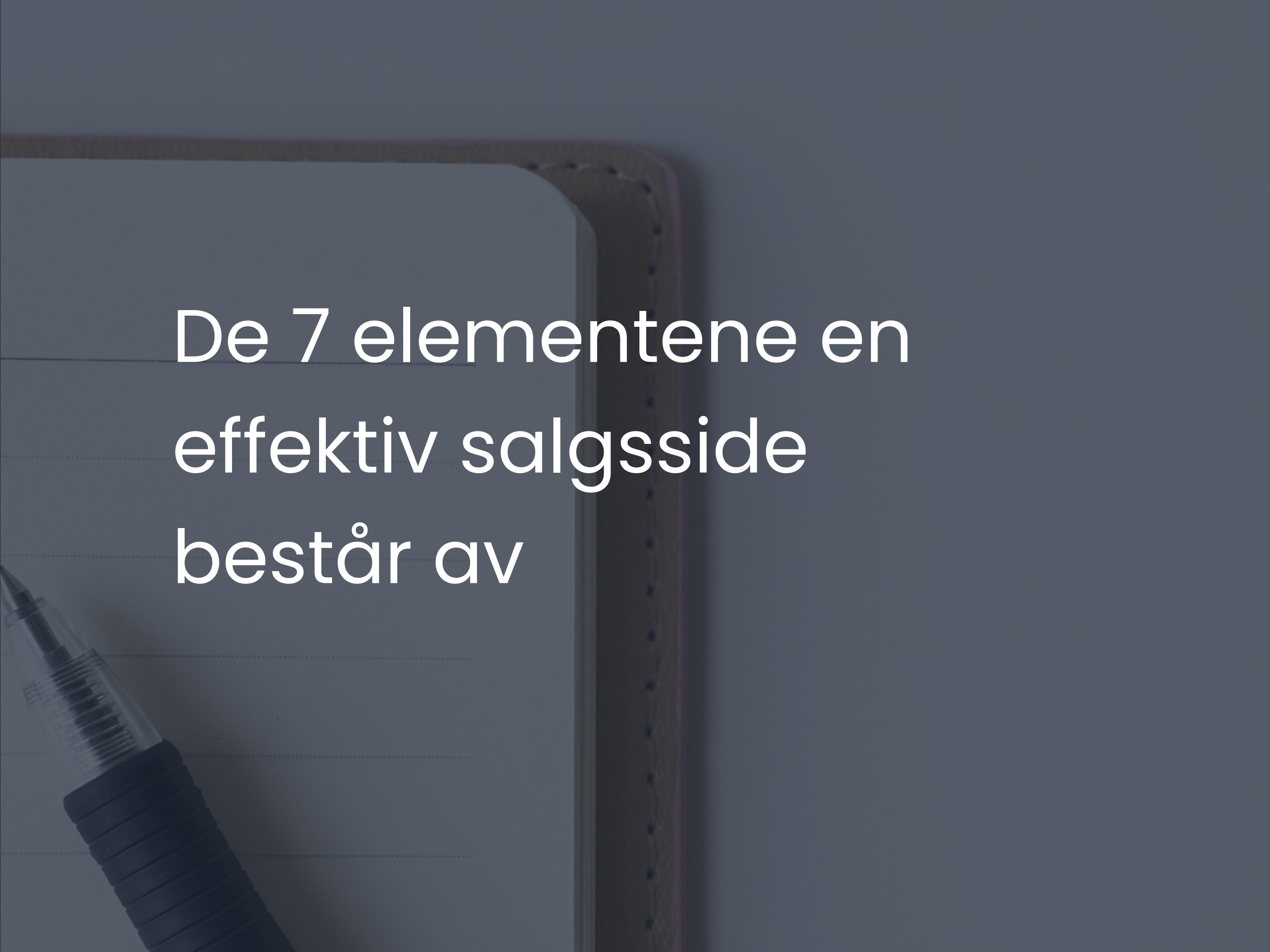
Take the Quiz

Prove yourself!

Copyright © 2018 Herman Global Ventures, LLC. All Rights Reserved
Disclaimer Terms and Conditions Policy Affiliates
This site is not a part of the Facebook website or Facebook Inc. Additionally, this site is NOT endorsed by Facebook in any way. FACEBOOK is a trademark of FACEBOOK, Inc.

Good content structure is never written in stone, but persuasive copy will do certain things and contain certain elements time and time again.

– **Brian Clark, Copyblogger**



De 7 elementene en
effektiv salgsside
består av

Salgssidens 7 elementer

1. Kroken – fang oppmerksomheten
2. Kundefordeler og forventningsavklaring
3. Hvem passer det for?
4. Referanser
5. Produktbeskrivelse og produktfordeler
6. Om oss
7. Pris og kjøp-knapp



Kroken

Kroken handler om å legge ut et agn som leseren biter på.

«DETTE må jeg lese mer om»

Eneste formål er å dra leseren videre til neste avsnitt.

Gode agn

Fortellingen



**They Laughed When I Sat Down
At the Piano
But When I Started to Play!—**

John Caples

Gode agn

Påstand

Det *eneste* som betyr noe for å starte en lønnsom og bærekraftig bedrift er deg som gründer, kundene og forholdet mellom dere

Gode agn

Kunnskap

Visste du at mangel på vitamin D kan føre til slapphet og depresjon?

Gode aften

Spørsmål

Det er én populær rett italienerne aldri drikker
rødvin til. *Vet du hvilken?*

Gode aqn

Kundehistorie

En av mine favorittkunder ble kvitt ryggsmertene han hadde slitt med hele livet på 2 uker. Hvilken behandling fikk han?

Gode agn

Utrolig, men sant!

Har du hørt historien om fyrstikkene som fortsatt virket etter å ha ligget ute i skogen et helt år, og reddet et turfølge fra å fryse i hjel?

Gode aqn

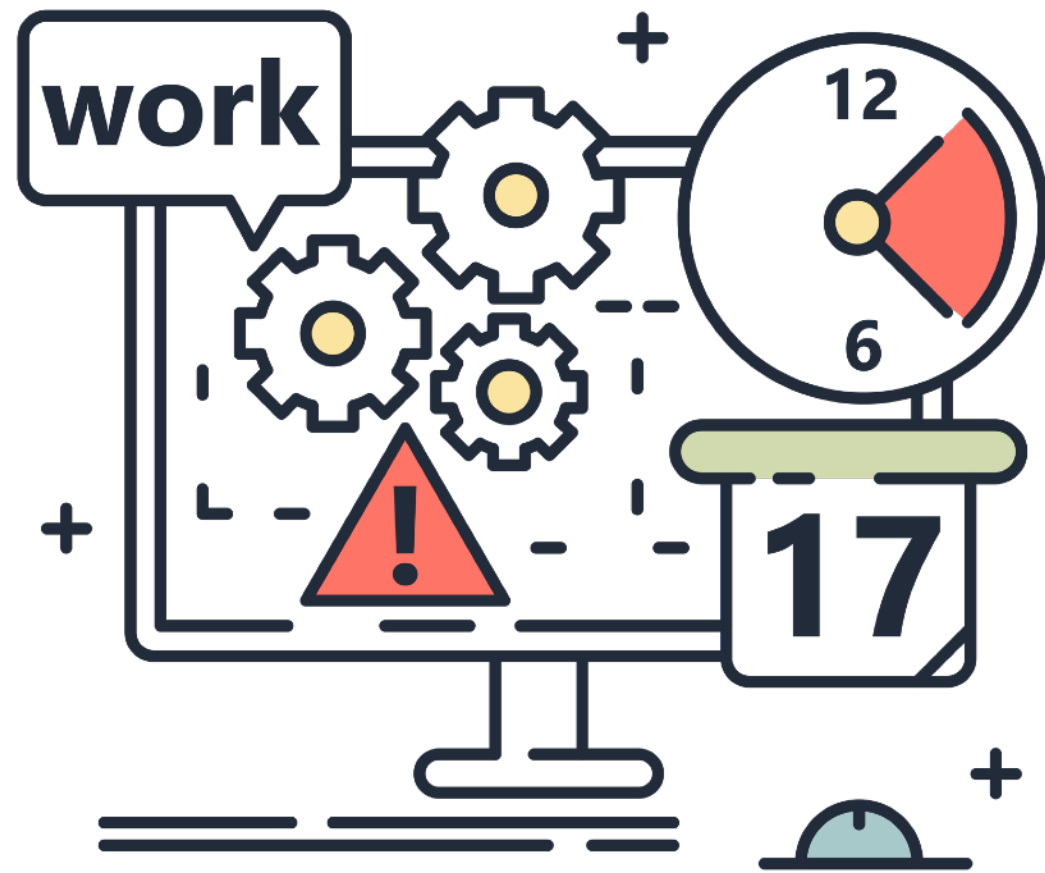
Utfordringen

Kan du løfte deg selv over ei grein og holde deg oppe over bakken i mer enn 30 sekunder? Da er du blant Norges 10 prosent sterkeste mennesker.

Gode aqn

Et glimt backstage

Se meg transformere et roterom til en drøm av et walk-in-closet på 3 timer og øke prisen på huset med 200 000 kr uten å investere mer enn 6 000 kr i møbler og maling.



Kundefordeler

“Når du skriver for å selge, er det egentlig redigering av de ordene kunden bruker selv, og det narrative de forteller inne i hodet sitt.”

– Alle «conversion copywriters» som finnes

Hvordan ser «suksess» ut for
din kunde?

Skriv i 1 minutt

Før og etter-situasjonen

**Fyll ut kundekartet for disse to stadiene
før du skriver salgssida**

Raskt resultat!

- Hva er det raskeste, mest verdifulle resultatet kunden kan oppnå?
- Eksempel:
- Nærtur med bål og telt
- Fjerne et stort problem (pain point)
= dørstokkmila
- Gi et raskt resultat (quick win)
= naturopplevelse



Hvem passer det for?

Passer for deg som vil selge mer på nett - uten å ta kostnaden med en helt ny nettside

Kurset passer for deg som vil fokusere på kundene dine og det du leverer, og ikke har forelsket deg i tanken om at å lage nye nettsider er svaret på "alt".

Denne workshopen er også midt i blinken hvis du "ikke liker salg". For hvis du ikke har lang erfaring i å selge deg selv og dine tjenester, er det en høy terskel å skulle skrive flatterende om deg selv og din kompetanse til "Om oss"-sida.



Referanser

Hva er en god referanse?

1. Den er fra en drømmekunde som du gjerne vil klonе
2. Kunden har fått et realistisk og ønsket resultat fra å bruke ditt produkt/tjeneste
3. Uttalelsen er troverdig, ikke for euroforisk
4. Imøtegår tvil hos en potensiell kjøper
5. Referanser er ferskvare

Spørsmål du kan stille

1. Hvilke innvendinger hadde du før du kjøpte/
meldte deg på?
2. Hva vil du si til noen som vurderer å bli med?
3. Nevn 1 konkret ting du fikk ut av å delta.
4. Hva var høydepunktet?
5. Vil du anbefale produktet til andre, og hvorfor?



Produktbeskrivelse
og produktfordeler

Når du snakker om produktet/tjenesten din

1. Hold det kort, visualiser det du kan
2. Beskriv det som er annerledes ved ditt produkt enn konkurrentenes
3. Husk det som er opplagt for deg, f.eks. oppmøtetid og sted, datoer, hvordan det blir levert/sendt, om det er digitalt/fysisk

Fra produktinfo til kundefordeler

1. Gruppeundervisning —> Du blir del av et fellesskap
2. Coaching —> Se deg selv gjennom en annens blick
3. Live QnA —> Få svar på alt du lurer på om temaet
4. Øyeblikkelig tilgang —> Start med det samme
5. Livstidstilgang —> Du beholder alt kursmateriellet

Velg en egenskap ved
produktet ditt og skriv den
om til en produktfordel

Skriv i 1 minutt



Om oss



Pris og kjøp

Pris og kjøp

- Fortell hva prisen er – T Y D E L I G
- Hvis du har en garanti, fortell om det!
- Si hva som skjer i neste steg, etter at man har klikket på «kjøp» (spesielt viktig for nettbutikker, men gjelder alle transaksjoner på nett)
- Legg gjerne symboler for garantien eller en referanse under kjøps-knappen for å trygge kjøperen.

BEST VALUE

Remarkable Growth Club
Early access
Month-to-month

\$79

- ✓ *Compassionate accountability group*
- ✓ *Digital coworking sessions*
- ✓ *Best practices for enduring productivity*
- ✓ *Monthly "ask me anything" office hours with Sonia*
- ✓ *Billed monthly*

JOIN THE CLUB

Your support system for doing what matters

Remarkable Growth Club
Early access
Six months

\$325

- ✓ *Compassionate accountability group*
- ✓ *Digital coworking sessions*
- ✓ *Best practices for enduring productivity*
- ✓ *Monthly "ask me anything" office hours with Sonia*
- ✓ *Billed twice-yearly (best value)*

JOIN THE CLUB

Your support system for doing what matters

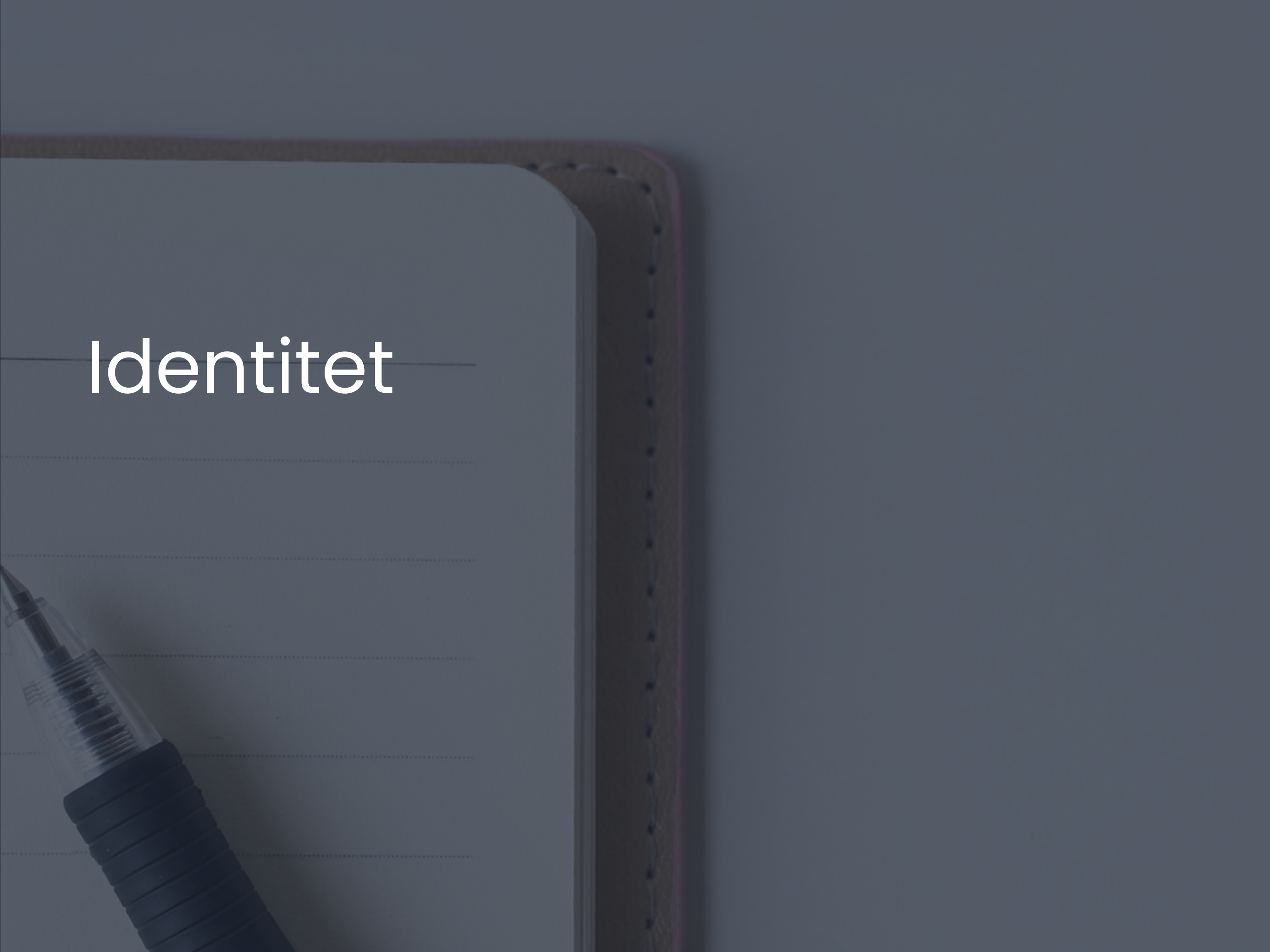
Hva skal stå på knappene?

1. Selve kjøpsknappen: Handlingen man gjennomfører ved å klikke, f.eks. «Kjøp kurset», «Bestill», «Legg i handlekurven», «Meld deg på», «Reserver plass». Vær klar og tydelig på kjøpsknappene. Velg en farge som skiller seg ut fra resten, grønn og rød har vist gode resultater i tester.
2. «Hooveren»: Hva skjer når du trykker på knappen, f.eks. «Gå til påmeldingsskjemaet».

Få salget i havn med etiske salgsteknikker



Identitet

A photograph of a notebook with a brown cover and a pen resting on it. The word 'Identitet' is written in white text on the left side of the notebook page. The background is a solid dark grey.

“Hva må leseren din forstå,
vite eller være før de
kjøper?”

Skriv i 5 minutter

Kjøp NÅ



Press aldri folk til å PRESSE
dem til å kjøpe. Bruk heller
press for å FORHINDRE dem
fra å prokrastinere.

– Michel Fortin

Innsats

A photograph of a notebook with a brown cover and a pen resting on it. The word 'Innsats' is written in white text over the notebook page. The notebook has horizontal lines and a vertical margin line. The pen is black with a silver tip. The background is a solid dark grey.

«Vi er ikke redde for å gjøre en innsats, vi er redde for at det skal være bortkastet.

Den største hindringen for å gjøre en innsats er mangelen på klarhet i hvordan den skal brukes.»

– **Ry Schwartz, Copyhackers**

Forventningsavklaring

MVC = minimum viable
commitment

Hva kreves av kunden for at
hun skal lykkes?

Hva er minimum av hva folk må gjøre for å få resultater?

Ullen ordliste

- satse 100 prosent
- hopp i det
- aldri spise sjokolade igjen
- øve 1 time om dagen hver dag i overskuelig framtid
- Gjør en kjempeinnsats!

Klarspråk

- Skrive 500 ord, 3 ganger i uka
- 20 minutter mandag og fredag
- 1 uke med 2 timers konsentrert innsats hver dag
- Invester 30 000 kr, delta på 2 møter og få en ferdig nettside

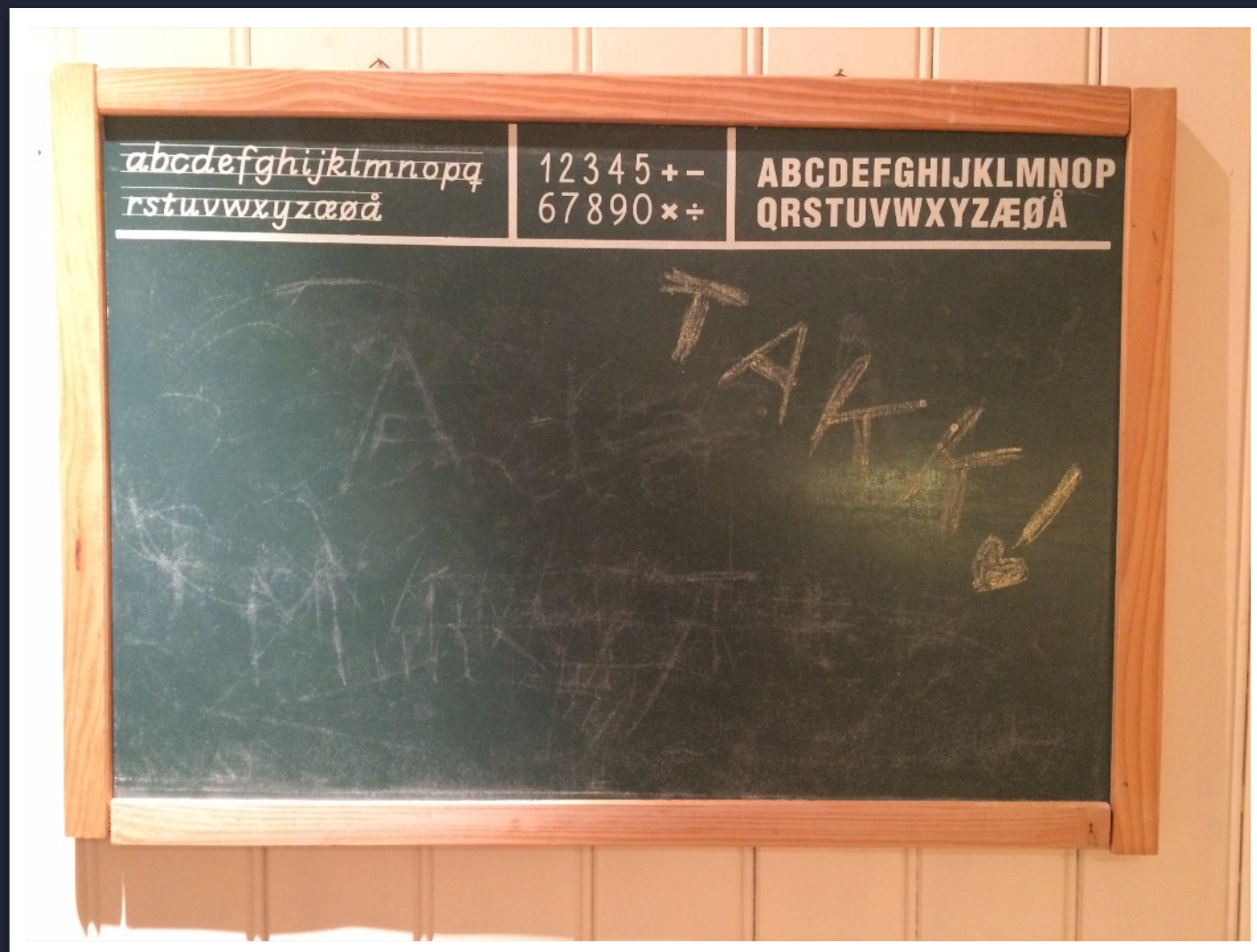
A photograph of two women standing back-to-back in a scenic landscape. The woman on the left is laughing with her head tilted back, wearing a grey and white patterned sweater with a pink collar. The woman on the right is smiling at the camera, wearing a blue and white patterned sweater. They are both wearing patterned sweaters. The background features a body of water, rolling hills, and a cloudy sky. The text "Selg med glede!" is overlaid in white, and "LYKKE TIL!" is written in a smaller font below it.

Selg med
glede!

LYKKE TIL!

Takk for nå!

Du når meg på torill@fjellflyt.no





Hvile i økten

