

“The first draft of anything is shit”

- Ernest Hemingway, 1899-1961, legendarisk författare

1.

Bestäm vilken *form* [liggande, stående, beskuren eller större] din apl ska ha.

2.

Bestäm hur den ska se ut i *fysisk* form. Papper eller annat material. Utskriven eller tryckt. Tag fram en fysisk “dummy” så du får känslan av din färdiga plan.

3.

Om tryckt, *boka* in plats på tryckeri [skriftligt].

Om digitalt, anpassa upplösningen på alla grafiska dokument till 72 dpi. Hela dokumentet får vara max *3,0 MB*.

4.

Välj hur *många* ex du ska ha.

Det är väl en kul grej att ha ditt eget exempel att visa upp för din småttningar i framtiden.

5.

Bestäm vilka *färger* du vill ha - samkör med din grafiska manual.

6.

Tag fram din *innehållsförteckning*. Den kan du även göra mindre och placera på en lite mer kreativ plats än vad som är brukligt.

7.

Se till att dina rubriker [läs text] kommer i ett naturligt flöde. Var noga med affärsplanens *röda tråd*. Klistra upp alla kapitel på en vägg, som man gör på en redaktion, så ser du hur du kan flytta runt dina olika kapitel för att hitta den röda tråden.

8.

Korrigerade innehållsförteckningen till *kreativa* rubriker. Det behöver inte heta - Ekonomi eller Marknadsföring. Du kan nog vara mer kreativ än så, dock inte för kreativ. Läsaren måste förstå vad som finns bakom rubriken.

9.

Dela upp i kreativa *underrubriker*. Gör samma som i pkt. 8.

10.

Bestäm vad som ska *förmedlas* i varje textavsnitt. Vad är syfte och mål med din text? Vad ska den förmedla? Vad ska hända med läsaren när han/hon läst ditt kapitel?

11.

Tag fram *3 värdeladdade* variabler [nyckelord/stödord] som du ska bygga upp ditt stycke/kapitel kring. Vad ska förmedlas/säljas in?

**12.**

Tänk i bilder. Vad/hur kan du *förstärka* din text. Om du utvecklar din egen produkt ger det ett extra starkt budskap. Använd ritningar, skisser och kreativa produktbilder i, för kunden, igenkännande miljöer.

**13.**

Leta fram *affärsmässiga* termer som du kan använda i dina textavsnitt, men krångla inte till det. Rak, tydlig och enkel kommunikation är oftast det bästa.

**14.**

Ta fram *första* meningen i varje stycke som ska få läsaren att *vilja* läsa det kommande kapitlet.

**15.**

Ta fram *sista* meningen i varje stycke som ska få läsaren att komma *ihåg* det lästa kapitlet.

**16.**

Kontrollera dokumentets *röda tråd*. Nu har du,

- Kreativa rubriker
- Kreativa underrubriker
- Värdeladdade och affärsmässiga termer
- Första meningen i varje stycke
- Sista meningen i varje stycke

**17.**

*Skriv* samman din text.

**18.**

Låt minst 4-5 *vuxna* titta igenom och kommentera din text.

**19.**

*Boka* in tid med kunnig i svenska språket. Tänk på att det kanske är många grupper så boka in tid, tidigt.

**20.**

Dagen före deadline *laddar du upp* ditt tävlingsbidrag på UFs webbplats [www.ungforetagsamhet.se](http://www.ungforetagsamhet.se).

“The hard part about writing a novel is finishing it”  
- Ernest Hemingway, 1899-1961, legendarisk författare