

## Tekster til web

Firma: Rejseselskab.

### Tekst til web:

Forsiden på hjemmesiden → Generel information

---

## Velkommen!

Hos VAYCAY finder du et bredt udvalg af [destinationer](#).  
!Vi garanterer de bedste tilbud!

### FLY OG HOTEL

Sammensæt din rejse.

VAYCAY udbyder altid flybilletter og hotel til en favorable pris, uanset om de bestilles samlet eller hver for sig.

[Fly](#)

[Hotel](#)

[Fly og Hotel](#)

Mangler du en guide til hvordan man booker den billigste og bedste ferie? Så kan du se mere [her](#).  
Rejser du alene? Find en [gruppe](#) at rejse med!

---

### PAKKE REJSER

Denne måde at rejse på, giver frihed på den måde at rejsen er planlagt på forhånd.

Der er mulighed for at vi sammensætter din ferie fra start til slut, hvor vi hjælper og guider dig, så du ikke går glip af noget, uanset om du vil på storbyferie, eller på charter.

Book din pakkerejse [her](#)

---

## AKTIVITETER

Vi har sammenarbejdes partnere over hele verden, hvor vi sørger for at have professionelle guider på alle de seværdigheder, som vi tilbyder ture til!

[Seværdigheder](#)

[Destinationer](#)

---

## **Kontakt information**

Kontakt os og få et uforpligtende tilbud!

Tlf: [97 36 52 97](tel:97365297)

E-mail: [vaycay@rejse.dk](mailto:vaycay@rejse.dk)

Åbningstider:

Man- Fre: 10 – 17

Lørdag: 10 - 13

Søndag: lukket

Find os på kortet [her](#):

---

Teori:

I dette stykke tekst, er der fokus på at budskabet skal være klart og tydeligt.

Man skal kunne finde hvad man søger, uanset om man rejser alene, ønsker at få en pakkelsning, eller bare fikse billetterne selv.

Der er "hyperlinks" i meget teksten, da det hjælper brugeren til at finde der hen hvor et er relevant for dem = brugervenlighed.

Det er meget overskuelige og læsevenlige tekster, hvilket er godt i web, da læseren ofte bare vil have svar med det samme! – Det er også derfor det er vigtigt med links, som viser kunden det rette sted hen.

## En nyhedsartikel med udgangspunkt i virksomheden:

Forsiden på rejseselskabet → Nyheder → her og nu.

---

# NYE DESTINATIONER

Nye rejsemål til efterårets "get away", til samme billige priser.

Af Ida Korsbæk Thomsen – mandag d. 8 okt. 2018

Vi kan endelig afsløre, at vi nu har sørget for 2 nye destinationer.

De giver både mulighed for at komme til sydens sol, hvor der er mulighed for at boltre sig i indre by, eller slå sig løs på de ny præpareret pister.

### ROM – Italien

Colosseum, Peterskirken og Trevi Fontænen er bare en bid af de seværdigheder man kan opleve i Rom. Udover smukke byggerier, byder byen på shopping og nogle af verdens lækreste spisesteder. Med en dagtemperatur på ca. 20 grader, er rig mulighed for at komme rundt og se byen.

Prisoversigt:

Mad: \$\$

Hotel: \$\$\$

Seværdigheder: \$\$\$

Shopping: \$\$

### ZELL AM SEE – Østrig

Her er der mulighed for en aktiv ferie, med fart på. I Zell am see er der "sne Garanti" fra Oktober til Marts. Der er ikke bare mulighed for at stå på ski eller langrend, men du kan også nyde de små butikker, som smyer sig igennem den snedækkede by.

Prisoversigt:

Mad: \$\$\$

Hotel: \$\$

Seværdigheder: \$

Shopping: \$\$

Vi flyver fra: Aalborg, Billund og København

!Husk at du via os kan bestille en samlet løsning billigere!

Book din rejse [her](#)

Teori:

I denne artikel har jeg fugt nyhedstrekanten, og det kommer til udtryk således:

Den vigtigste nyhed: VAYCAY har fået 2 nye destinationer, som henholdsvis går til Rom og Østrig. Nyheden bliver uddybet ved at der bliver forklaret om henholdsvis Rom og Østrig, hvilket giver læseren mulighed for at vurdere hvad for en ferie der passer dem bedst. Det sekundære i nyheden er at der er sat en prisoversigt op, så kunden igen får en mulighed for at se hvilken rejse der passer dem bedst økonomisk.

De understøttende detaljer kommer ved at man kan flyve fra flere lufthavne, og at der er mulighed for yderligere tilbud ved en samlet pakke løsning.

Aida:

Opmærksomhed:

Skabes ved at man ser at der er kommet 2 nye destinationer – der står ikke lige umiddelbart ved det er, så man bliver nysgerrig, og vil gerne vide mere.

Interesse:

Interessen bliver vagt hvis man ønsker at komme væk hen over efteråret,

Ønske:

Ønsket bliver skabt ved at man kan se at der er mange muligheder ift. Fly, og der er en overskuelig prisklasse man kan kigge på.

Handling:

Den bliver skabt, da der nederst i artiklen står "book her", det er en måde at "fremprovokere handlingen på"

---

Tekst til Facebook (med/uden visuelt udtryk)

Facebook → VAYCAY's facebookside → Opslag

---



Du har nu chancen for at vinde fly og hotel for 2 personer til skønne Rom. Kunne du godt bruge en uge, væk fra efterårets regn og blæst? Så læs med herunder og se hvad du skal gøre for at deltage i konkurrencen!

Du skal:

1. Tagge den person som du ønsker at komme afsted med.
2. Like vores facebookside
3. Dele dette opslag

Held og lykke 😊

Vi trækker vinderen den 15/10 2018

Vinderen vil få direkte besked over Messenger.

Teori:

I denne tekst, er der fokuseret mere på talesprog, hvilket gør at mange flere mennesker kan forholde sig til indholdet. Ydermere er der sat fokus på farvevalget - som er gult, fordi der er tale om en solferie til rom, og gul symbolisere eks. Oplevelser, sjov, spontanitet osv.

Igen er der fokus på at det er en travle læser vi skal fange, derfor skal der ikke stå så meget, og det skal gøres overskueligt, så de hurtigt kan scanne ned over tekster, og finde ud af hvad de skal gøre.

Aida:

Opmærksomhed: overskriften er meget fængede.

Interesse: Hvem vil ikke til Rom? Man læser videre og finder ud af hvad men skal gøre for at kunne vinde

Ønske: Det sker når man har læst hvor " let" det er at deltage

Handling: det sker når folk vælger at deltage i konkurrencen.

---