Udgangspunkt: Catering firma

**Website**

Hos os levere vi høj kvalitet mad og service. Vi sætter stor fokus på et godt stykke arbejde med en hård men kærlig hånd. Her er der ikke plads til skuffelser og misforståelser. Fokus er at kunden er tilfreds så derfor går vi ud over alle grænser for at skabe kvalitetsmad alle kan være tilfreds med til fornuftige penge. Søger du noget simpelt eller ekstravagant, men altid banebrydende, så er det os du skal henvende dig til.

**Nyhedsartikel**

Lokalt virksomhed skaber international opmærksomhed med særværdig menu.

Et lokalt catering firma skabte overskrifter i de internationale medier ved at have en ikke traditionel menu. Catering firmaet havde lagt et opslag op på Facebook hvor de fremviste menuen, som de havde serveret til et arrangement. Der blev serveret kænguru og blæksprutte dyppet i spiselig sølv, og med guldflager som krymmel.   
Firmaet udtaler ’arrangementet søgte noget nyt, som ville chokere, så vi satte hovederne sammen og kom frem til dette. Og at resultatet gav så meget omtale er jo bare en bonus’  
Hvis du er interesseret i at hyre firmaet, kan du finde deres hjemmeside online.

**Facebook**

Hej alle!   
Vi har haft en rigtig travl sommerperiode, og får ligeså travl en vinterperiode.  
Det er vi selvfølgelig rigtig glad for, men det gør desværre at hvis du ønsker at hyre os næste år, skal du være tidlig ude og booke nu. Vi anbefaler tidlig booking, da vi har lang ventetid.

Vi glæder os til at servicere netop dig. Fortsat god uge!

**Teori**

**Website**

Til website teksten var mit udgangspunkt at det var en forside tekst. Jeg ville med så dækkende, men få ord som muligt vise firmaets værdier. Her er det så kvalitet og tilfredshed hos kunderne.

Jeg prøvede at få teksten til at fremstå en smule eksklusivt, men stadig også jordnært, så det gerne skulle ramme de fleste prisklasser efter behov. Jeg har bevidst ikke skrevet noget decideret pris, eller info som sådan, da det netop lidt er en ’buzz’ tekst, som entelig bare beskriver fremtoningen af firmaet. Hvis der skulle relevant info på, ville det være i et andet afsnit. Jeg gik ud fra at de fleste ikke nødvendigvis kommer til at læse den tekst alligevel.

**Artikel**

Jeg tænkte på hvordan de fleste artikler i dag er skrevet, med udgangspunkt i en lidt mere ’trending now’ avis, så altså måske ikke decideret verdensnyheder, men mere hvad der er populært at snakke om lige nu og her.

Derfor valgte jeg at skrive artiklen lidt mere ’sensationelt’, som ’hey det her trender verden over’ men jeg valgte ikke at gå helt sladderblad, men stadig meget faktuelt som man normalt ville se i en avis som Skive folkeblad. Jeg brugte nyhedstrekanten, men dog rykkede jeg selve grunden til hvorfor de trender, ned i mere ’indhold’ delen, da det netop bliver brugt rigtig meget til at folde folks fokus, så lidt mere ’lokalt firma trender verden over, læs videre for at finde ud af hvorfor’ lidt mere clickbait agtigt end man normalt ville se.

**Facebook**

Til Facebook valgte jeg en service meddelelse, da det er nok det eneste jeg ville forvente fra sådan en side, udover billeder af deres arbejde. Tonen er lidt mere personlig end hjemmeside teksten, dog holdte jeg den stadig professionelt, og stadig meget klar tone.

Min tanke var ’kort og kontant, med minimal fylde ord, og dog stadig personlig’

**Kilder:**

*Kommunikation i multimediedesign – Hans Reitzels forlag*

*Skive Folkeblad*