

So prägen Sie sich Ihrer Zielgruppe positiv ein: mit den 4 Sympathie-Verstärkern

Die Informationsflut ist kaum noch zu bändigen. Wie können Sie sich mit Ihrem Werbebrief abheben und in der Masse der Werbebotschaften auffallen? Hier einige Anregungen, die Sie nur noch auf Ihre Thematik übertragen müssen:

1. DAS FÄLLT AUF:

Urlaubspostkarten sind in der üblichen Geschäftspost natürlich besonders auffällig. Dies machte sich ein amerikanischer Handelsvertreter zunutze. Und schrieb seinen Kunden und potenziellen Neukunden Ansichtskarten aus dem Urlaub. Handschriftlich schrieb er, dass er von einer "neuen Idee gehört hat" und sich umgehend melden wird, sobald er zu Hause ist. So erzielte er mit wenig Einsatz einen hohen Erinnerungswert, an den er problemlos anknüpfen konnte.

2. DAS MACHT SYMPATHISCH:

Nichts berührt Leser mehr als ein Einblick in Ihre ganz persönliche Gedankenwelt. Lassen Sie Ihre Leser teilhaben an Ihren Überlegungen. Sagen Sie, wie Sie zu Ihrem neuen Angebot gekommen sind. Durch welchen Zufall, welche Episode, welche Begegnung etc.

3. AUS KUNDENSICHT SCHREIBEN:

Schreiben Sie Ihren Werbebrief aus Kundensicht. Welche Vorteile erwartet Ihr Kunde? Welche Informationswünsche hat er? Welche Entscheidungshilfen braucht er? Fühlen und denken Sie sich in die Situation Ihres Lesers hinein. Führen Sie mit ihm ein vertrauliches, schriftliches Verkaufsgespräch.

4. MIT ETWAS MAGIE:

Leser scannen den Text häufig nur kurz durch und suchen nach Neuigkeiten. Setzen Sie im Text Stopps. Mit magnetischen Wörtern als Anker gelingt Ihnen das am besten. Platzen Sie diese Anker-Worte sparsam. Überfordern Sie Ihre Empfänger nicht.

Andreas Donder (AGD, FFW)
Mailing-Texter
Rothenbaumchaussee 27
20148 HAMBURG
Fon: 040-410 75 06
Fax: 040-450 43 68
E-Mail: mail@andreasdonder.de