

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>1</sup>

Warum kann ein Werbebrief die perfekte Verkaufsmaßnahme sein?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Ein Werbebrief ...

- ist sehr persönlich
- hat geringe Streuverluste
- verfügt über einen leicht überprüfbaren Werbeerfolg
- bindet vorhandene Kunden an das Unternehmen
- reaktiviert ehemalige Kunden

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>2</sup>

Warum werden so viele Mailings nicht gelesen?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Warum Mailings nicht gelesen werden:

- mangelnde Planung der Mailing-Aktion
- falsche Auswahl der Zielgruppe
- fehlerhafte Adressen
- Text, der an den wahren Kunden-Bedürfnissen vorbeigeht

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>3</sup>

Was sind die wichtigsten Aufgaben der Headline im Brief?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Die Headline muss ...

- den Kundenvorteil betonen
- neugierig machen
- Gefühle ansprechen

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>4</sup>

Worauf ist beim Texten der Headline zu achten?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Eine gute Headline ...

- sollte kurz, einfach und klar sein
- sollte keine Fremdwörter enthalten
- sollte frei von Doppeldeutigkeiten sein
- sollte dem Leser klar mitteilen, worum es geht

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>5</sup>

Wie könnte man diese Überschrift besser formulieren?

"Die neueste Kopierer-Generation von Mey"

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Bessere Formulierung:

"Nie mehr Papierstau beim Kopieren"

Während die ursprüngliche Formulierung nur die Sicht des Unternehmens beschreibt, vermittelt die zweite Variante einen klaren Kundennutzen: Es gibt keine Papierstaus mehr, der Kunde spart Zeit und Nerven.

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>6</sup>

Warum ist die Anrede im Werbebrief so wichtig?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Warum die Anrede wichtig ist:

- Der eigene Name ist etwas sehr Persönliches.
- Jeder Leser fühlt sich geschmeichelt, wenn er mit seinem Namen angesprochen wird.
- Je persönlicher der Werbebrief gestaltet ist, umso erfolgreicher ist er.

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>7</sup>

Worauf ist beim ersten Satz zu achten?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Der erste Satz ...

- darf nicht aus der Sicht des Unternehmens geschrieben sein
- muss auf die Sorgen und Bedürfnisse der Kunden eingehen
- muss den Leser für die weiteren Verkaufsargumente empfänglich machen

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>8</sup>

Wie lässt sich dieser Einstiegssatz besser formulieren?

"Unser Statikerbüro bietet seit 25 Jahren höchste Präzision in der Lösung komplexer Aufgaben."

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Bessere Formulierung:

"Bestimmt fragen Sie sich bei jedem Bauvorhaben: Wie schaffe ich den Spagat zwischen niedrigen Kosten und höchster Sicherheit?"

Die ursprüngliche Formulierung geht nicht auf den Kunden ein. Die zweite Variante schildert eine dem Kunden bekannte Situation, er fühlt sich verstanden und ist offen für die weiteren Verkaufsargumente im Mailing.

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>9</sup>

Inwiefern ist der Werbebrief mit einem Verkaufsgespräch vergleichbar?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Wie bei einem Verkaufsgespräch ...

- ist der Werbebrief ein Wechselspiel aus Frage und Antwort
- will der Leser wissen, wer der Anbieter ist und was angeboten wird
- muss der Produktnutzen klar herausgestellt werden
- müssen die unausgesprochenen Kundenfragen beantwortet werden
- muss der Dialog aufrechterhalten werden

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>10</sup>

Was ist der wichtigste Verkaufsaspekt beim Hauptteil?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Der Hauptteil ...

- darf keine reine Beschreibung der Produkteigenschaften sein
- muss den Nutzen für den Kunden betonen
- muss aus Kundensicht geschrieben sein

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>11</sup>

An welche menschlichen Grundbedürfnisse (Kauftriebe) sollte der Werbebrief appellieren?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Die wichtigsten Grundbedürfnisse sind die vier P's:

- Pride (Stolz)
- Profit (Gewinn)
- Pleasure (Vergnügen)
- Peace (Frieden)

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>12</sup>

Wie lassen sich die Verkaufsargumente im Hauptteil untermauern?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Glaubwürdigkeit entsteht durch nachprüf-bare Tatsachen, zum Beispiel:

- Kundenmeinungen
- Studienergebnisse
- Testergebnisse
- Berichte aus Fach- und Branchenmagazinen
- Umfragen

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>13</sup>

Warum ist die Handlungsaufforderung am Schluss des Briefes wichtig?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Die Handlungsaufforderung aktiviert den Kunden, sofort mit dem Unternehmen Kontakt aufzunehmen, das Produkt zu bestellen oder weitere Informationen anzufordern.

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>14</sup>

Wovon hängt die gewünschte Handlung des Lesers ab?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Die gewünschte Handlung hängt von der Komplexität des beworbenen Produktes oder der Dienstleistung ab.

Bei einfachen Produkten sollte der Leser gleich bestellen; bei komplexen Angeboten sollte er weitere Infos anfordern oder einen persönlichen Beratungstermin vereinbaren.

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>15</sup>

Warum ist besonders auf das Post Scriptum (PS) zu achten?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Der Leser überfliegt zunächst den Brief und bleibt am PS hängen. Er liest das Post Scriptum genau durch. Deshalb sollten hier attraktive Verkaufsargumente enthalten sein.

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. <sup>16</sup>

Was kann im Post Scriptum (PS) enthalten sein?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Das PS kann ...

- einen attraktiven Zusatzvorteil beinhalten
- den wichtigsten Produktnutzen wiederholen
- jene Leser belohnen, die rasch antworten (etwa mit einem Gutschein)

Mit guten Werbebriefen mehr verkaufen. 17

Welche stilistischen Regeln gelten für Werbebriefe?

Tipps: [www.ddoppler.com](http://www.ddoppler.com)

Stilistische Regeln:

- leicht verständlich, aber nicht plump
- keine Fach- und Fremdwörter
- kurze Wörter und Sätze
- Aktiv statt Passiv
- Zeit- statt Hauptwörter
- Befehlsform einsetzen, um den Leser zu aktivieren

weitere Kartensammlungen 18

memoCARD ist eine Software, um (Lern-) karten (im Format DIN A7 oder DIN A6) zu erstellen, zu ändern und auszudrucken.

memoCARD enthält auch ein Modul, damit Sie die Lernkarten auf dem PC wiederholend lernen können, siehe Abbildung:

<<[Lernbox-Modul.jpg](#)>>

Außerdem können Sie die Karten auf Ihr Android-Smartphone oder -Tablet übertragen, s. Abbildung:

<<[Darstellung\\_auf\\_dem\\_Smartphone.jpg](#)>>

Weitere (kostenfreie) Kartensammlungen können Sie über diesen Button aufrufen:

