

Ing. Schönberg Christian

Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

<http://schoenberg.company>

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)



Ing. Schönberg Christian

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Sales Letter :

Sales Letter bedeutet auf Deutsch so viel wie "Werbebrief". Die Aufgabe eines Sales Letter ist es zumeist den Besucher vom **Nutzen** eines **Produktes** oder einer angebotenen **Dienstleistung** zu überzeugen. Ähnlich aufgebaut ist ein sogenannter **Video-Sales-Letter**, nur in Form eines eingebundenen Videos.



bei einem Sales Letter sollte folgendes beachtet werden:

- **richtige Satzlänge:** Dabei sollte die Satzlänge nicht zu lange sein. Wenn möglich sollte ein Satz nicht mehr als 15 Wörter beinhalten. Besser sind kurze, klare und einfache Sätze (aus Subjekt, Prädikat, Objekt), da diese am schnellsten vom Leser erfasst und ausgewertet werden können. Vermieden werden, sollten Nebensätze und Schachtelsätze. Generell sollte einem Satz nur ein Gedanke zugrunde liegen.

- **richtige Wortlänge:** Am einfachsten und schnellsten zu verstehen sind zweisilbige Wörter. Diese werden auch oftmals in Schlagzeilen (Headlines) verwendet. Auch sollte bei längeren Wörtern nach kürzeren Alternativen gesucht werden, zum Beispiel statt "Telefonanruf" genügt zumeist auch "Anruf".

- **richtige Wortwahl:** gelesene Texte lösen in den Köpfen der Leser zumeist bestimmte Bilder aus und rufen damit auch bestimmte Emotionen hervor. Vermeiden Sie auch Hilfsverben wie "müssen, können", da diese den Textfluss bremsen. Ähnlich wie bei einem Call-to-Action sollte der Leser ein klares Bild und eine eindeutige Handlungsaufforderung erhalten.

- **Fremdwörter, Abkürzungen vermeiden:** Die Leser sollten den Text auch ohne Fremdwörterbuch verstehen können. Um eventuelle Missverständnisse zu vermeiden, kann es ratsam sein, Abkürzungen auszusprechen.

- **auf den Punkt kommen:** Angaben wie zum Beispiel "kurze Lieferzeit" sind sehr relativ. Konkreter vorstellbar ist eine Lieferzeit von einem Werktag. Natürlich sollten konkrete Versprechen auch eingehalten werden.

- **persönlich formulieren:** Der Leser sollte immer im Mittelpunkt stehen und auch mit "Sie, Ihnen" oder "Du" direkt angesprochen werden.

- **Referenzen:** Referenzen werden auch oftmals als Testimonials bezeichnet. Solche positiven Feedbacks stärken das Vertrauen des Besuchers. Dabei kommt auch "Social Proof" zum Tragen. Das heißt, wenn andere das Produkt oder die Dienstleistung für gut befinden, dann wird es vermutlich auch gut sein.

- **Zusammenfassung:** Dem Leser geht es letztendlich nur um seine Vorteile (Benefits). Daher sollten diese Benefits dem Leser auch klar vermittelt und im Text hervorgehoben werden. Positiv kann sich auch eine Zusammenfassung, auch Fazit genannt, auswirken.

Benefits (Vorteile)

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Vertrauen, Glaubwürdigkeit

Wichtige Elemente

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

- **klare Struktur:** Die Headline (Schlagzeile) wird zumeist zuerst gelesen und sollte zum Weiterlesen verleiten. Auch Bilder können dabei unterstützen. Außerdem sollte der Gesamttext durch Subüberschriften überschaubar und übersichtlich aufgeteilt werden.

besonders wichtige Elemente eines Sales Letters:

- **Headline:** Aufgrund der Headline entscheidet der Leser zumeist innerhalb weniger Sekunden, ob dieser weiterliest oder die Seite wieder verlässt. Daher sollte die Headline dem Leser klar den Nutzen vermitteln, den dieser durch das Weiterlesen erhält.

- **Sub-Headline:** Eine Sub-Headline bezeichnet eine untergeordnete Überschrift. Diese muss zwar nicht zwangsläufig verwendet werden, kann sich aber positiv auswirken, wenn der Leser einen Nutzen erkennen kann.

- **Anrede:** Der Leser sollte nicht das Gefühl haben, auf der falschen Seite gelandet zu sein. Wenn Sie Ihre Besucher genau kennen, dann können Sie diese auch mit einer persönlichen Anrede begrüßen, zum Beispiel "Liebe(r) Marathonläufer(in)".

- **eine fesselnde Geschichte:** Diese sollte natürlich authentisch sein. Idealerweise sollte sich der Leser auch in Ihrer Geschichte wiedererkennen können, vielleicht aufgrund ähnlicher Probleme, Interessen, usw.

- **Testimonials:** Wie obig schon angesprochen, können diese das Vertrauen in Ihr Produkt oder Ihre angebotene Dienstleistung fördern

Wichtig ist aber, dass die Feedbacks auch nicht übertrieben begeistert klingen, da diese oftmals nicht glaubwürdig, sondern künstlich erscheinen.

- **Vorteile, Nutzen, Gewinn:** Für den Leser zählen vorwiegend die Benefits (Vorteile). Der Leser sollte das Gefühl haben Ihr Produkt unbedingt zu brauchen, um eines seiner akuten Probleme lösen zu können.

- **Glaubwürdigkeit und Vertrauen:** Diese zählen als Grundvoraussetzung, damit Leser zu Kunden werden. Besucher erkennen zumeist auch sehr schnell, ob Sie es ehrlich meinen.

- **Bullet Points (Aufzählungspunkte):** Damit können die überzeugendsten Vorteile hervorgehoben werden.

- **der Preis:** Für den Besucher geht es vorwiegend um die Frage, ob der Nutzen bzw. der Gewinn höher ist als der von Ihnen festgelegte Kaufpreis. Daher müssen Sie Ihren Lesern den Mehrwert Ihrer Produkte oder Dienstleistungen klar vermitteln.

- **Bonus:** hinzugefügte Geschenke können einen zusätzlichen Kaufanreiz erwirken und werden auch bei sehr vielen Sales Letters angeboten.

- **Geld-zurück-Garantie:** Wenn Sie voll und ganz zu Ihrem Produkt stehen, schafft dies Vertrauen zu Ihnen und Ihren Produkten.

- **das PS.:** im PS sollten Sie nochmals Ihr stärkstes Kaufargument anführen bzw. eine Verknappung glaubhaft darstellen, wie zum Beispiel ein zeitlich begrenztes Angebot.

