

Ing. Schönberg Christian

Einzelpreis: kostenlos

Softwareentwicklung



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 - 2014

<http://schoenberg.company>

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

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

ÜBERSCHRIFTEN:

Die Überschrift von einem Blogartikel bzw. die Betreff-Zeile eines Emails sind zumeist entscheidend, ob der Leser den Rest des Blogartikels bzw. den Inhalt des Emails liest. Laut einer Studie lesen 80 Prozent die Überschrift bzw. den Emailbetreff, aber nur maximal 20 Prozent lesen den gesamten Bloginhalt bzw. den Inhalt des Emails. Daraus wird die Wichtigkeit der Überschrift sehr deutlich erkennbar. Die Überschrift soll entweder den Nutzen erläutern, die Neugierde erwecken oder die Aufmerksamkeit belohnen.



Funktionen einer Überschrift

- **Aufmerksamkeit:** Durch das Erwecken der Aufmerksamkeit des Lesers, soll die Überschrift bzw. der Emailbetreff aus der Masse der unzähligen Emails hervorstechen.

- **die Zielgruppe ansprechen:** zuerst solltest Du wissen, wenn Du eigentlich ansprechen möchtest, also Deine Zielgruppe. Diese Personengruppe sollte sich durch die Überschrift angesprochen fühlen.

- **dazu motivieren, weiterzulesen:** Zeile für Zeile sollte für den Leser die Aufmerksamkeit aufrecht erhalten bleiben, damit dieser möglichst bis zum Ende des Artikels weiterliest.

- **das Versprechen halten:** im Artikeltext sollten die Versprechen der Überschrift natürlich unbedingt gehalten werden. Sonst ist der Leser möglicherweise enttäuscht und man hat diesen dann zumeist endgültig verloren.

- **Neuigkeiten vermitteln:** In der heutigen Zeit sind Informationen die heute top aktuell sind, in Kürze bereits total veraltet und evtl. nicht mehr gültig. Deshalb sind Leser oftmals daran interessiert, Neuigkeiten möglichst als erste zu erfahren.

- **Neugierde erwecken:** Neugierde kann Leser dazu bewegen, solange weiterzulesen, bis diese das "Geheimnis" erfahren haben. Wie vorher bereits beschrieben, sollten die in der Überschrift versprochenen Informationen auch erläutert werden.

- **Nützlich sein:** Für den Leser lohnt sich der Zeitaufwand nur dann, wenn dieser auch einen Nutzen hat. Der Nutzen sollte auch klar erkennbar sein. Der Nutzen kann entweder eine Problemlösung sein oder eine nützliche Information.

- **schnell und einfach:** Man sollte beachten, dass der Leser möglicherweise nicht über dieselben Fähigkeiten verfügt, wie man selbst. Daher sollte die Information bzw. die Lösung des Problems möglichst einfach umzusetzen sein. Da Zeit für die meisten sehr wichtig ist, sollte die Problemlösung auch möglichst schnell umzusetzen sein.

Mögliche Überschriften

Überschrift sollte ... sein

Fazit

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

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

mögliche Überschriften

- **Direkte Überschrift:** Diese Überschriften stellen die Argumente direkt ohne Geheimniskrämerei dar. Der Leser erfährt in der Überschrift ganz klar und eindeutig, welchen Nutzen er hat.
- **Indirekte Überschrift:** Diese Überschrift soll die oben bereits erwähnte Neugierde erwecken. Diese soll den Leser dazu bewegen, weiterzulesen.
- **Überschrift mit Neuigkeiten:** Diese soll Informationen vermitteln, die neu sind und von denen der Leser noch nie etwas gehört und von dessen Kenntnisse der Leser einen Nutzen ziehen kann.
- **Wie ... - Überschriften:** Diese Überschrift, die z.B. lauten kann "Wie Sie einen CPC von 1.15 Cent erreichen", soll direkt den Nutzen für den Leser darstellen.
- **Überschrift mit einer Frage:** Es sollte sich um eine Frage handeln, bei der auch der Leser das Bedürfnis hat, darauf eine Antwort zu bekommen.
- **Überschrift mit einem Befehl:** Ähnlich wie beim sogenannten Call-to-Action wird dem Leser genau vermittelt, was dieser tun sollte, damit dieser den Nutzen daraus ziehen kann.
- **Überschrift mit Begründung:** Der Grund soll die Frage nach dem Warum beantworten, z.B. "warum ist Herr X erfolgreich und andere nicht".
- **Kundenmeinungen:** Diese haben dadurch eine wichtige Bedeutung, da hier das sogenannte "Social Proof" zur Anwendung kommt. Das bedeutet, dass viele etwas dann für gut befinden, wenn dies auch viele andere Personen positiv bewerten.

eine Überschrift sollte ausserdem ..

- **nützlich sein:** Das heisst, die Überschrift sollte einen Nutzen versprechen, der im Inhalt auch gehalten wird.
- **dringend sein:** Damit die "Aufschieberitis" nicht zu tragen kommt, sollte der Leser dazu motiviert sein, sofort zu handeln.
- **einzigartig sein:** die Überschrift sollte Informationen versprechen, von denen der Leser möglichst noch nichts gehört hat. Informationen, von denen der Leser schon hundert Mal erfahren hat, werden diesen nicht zum Weiterlesen motivieren.
- **spezifisch sein:** Dies soll die Glaubwürdigkeit unterstreichen. Zum Beispiel das Versprechen von einem CPC von 1.15 Cent wirken zumeist glaubhafter als ein CPC von gerundet 1 Cent.

FAZIT:

Testen, Testen und Testen ...

