10 Tipps zum Schreiben wirksamer Werbebriefe



Tipps für das Werbebrief schreiben

Wie Sie einen erfolgreichen Werbebrief schreiben:

1. **Brieflänge**

   Ein Brief von 1 DIN A 4-Seite reicht in aller Regel. Je kürzer Sie sich fassen, desto besser – ein kürzerer Brief erfordert weniger Leseaufwand für den Leser. Grundregel beim Werbebrief schreiben: Das Anschreiben darf so lang sein, wie es für den Leser interessant ist!
2. **Ansprache**

   Wählen Sie die Tonalität des Briefes so, dass sich die Zielgruppe emotional angesprochen fühlt.

3. **Briefform**

   Der Inhalt ist das entscheidende. Meist reicht ein normal geschriebenes Anschreiben.
   Ein linksbündiger Text ist besser als ein Blocksatz. Die Wahl des Schrifttyps hängt vom Produkt und Unternehmen ab. Eine serifenlose Groteskschrift (Arial, Helvetika) wirkt modern. Eine Antiqua-Schrift (Times) lässt sich gut lesen und wirkt seriös, aber altmodisch.

4. **Briefaufteilung**

   Betreffzeile als Überschrift, persönliche Anrede, Unterschrift und Postskriptum (PS).

   - Möglichst eine klare, großzügige Aufteilung. Viele Absätze lassen sich besser lesen als „Bleiwüsten“

- Die Betreff-Überschrift sollte interessant sein, neugierig machen oder/Und einen Nutzen versprechen
- Eine persönliche Ansprache ist besser als „Sehr geehrter Interessent“
- Eine persönliche Unterschrift mit Namen/Position schafft Vertrauen
- Wichtige Aussagen können durch Unterstreichung, Kursivschrift oder Fett-Markierung herausgehoben werden, damit sie schnell erfasst werden können. Denn Empfänger überfliegen den Werbebrief erst einmal, ob sich das Lesen lohnt!

5. **Formulierungen**

   Kurze, klare Sätze mit kurzen Wörtern und gut verstehbaren Argumenten.
   Satzlänge höchstens 15 Wörter, wenige Kommata und verschachtelte Sätze. Kurze Worte lassen sich schneller lesen. Lange Worte mit Bindestrich trennen, damit sie schneller erfassbar sind.

6. **Briefstil**

   Werbebrief aus der persönlichen Perspektive des Kunden schreiben.
   Nicht immer nur „*ich*“, „wir“, sondern „*Sie*“.
   Nicht: Das sind meine Vorzüge, sondern das sind *Ihre* Nutzen und Vorteile.

7. **Call-to-Action**

   Wichtig ist eine Handlungsaufforderung (Gleich anfragen, gleich Termin ausmachen, ...) beim Werbebrief schreiben, damit der potenzielle Kunde weiß, was er tun kann und zu einer Handlung motiviert wird.
   Zusätzliche Kaufanreize wirken als zusätzliche Verstärker.

8. **Antwortformular**

   Ein Antwort-Fax-Formular erleichtert das Antworten und führt so zu einem höheren Response (=Rücklauf).
   Gut ist auch ein Hinweis auf den Internetauftritt mit dem entsprechenden Angebot (Landingpage). Das zusätzlich schafft Vertrauen und erleichtert die Reaktion per E-Mail.

9. **Flyer**

   Haben Sie ein komplexes Angebot oder Produkt, ist ein Flyer sinnvoll, um die Briefaussagen zu unterstützen und zu vertiefen.

10. **Schlagen Sie 2 Fliegen mit einer Klappe**

    Ersparen Sie sich Schreibarbeit und erhöhen Sie die Erfolgsaussichten Ihres Anschreibens durch das Engagieren eines guten Direktmarketing-Texters. Das zahlt sich aus...

Lassen Ihren nächsten Werbebrief texten! Gleich Angebot einholen

Erfolgreiche Werbebriefe und ihr Geheimnis
Wenn Sie nach "***Brief schreiben Muster***" suchen, können Sie hier ***Muster-Briefe*** lesen
Hier können Sie testen wie gut/leicht sich Ihr Brieftext lesen lässt
Werbebrief-Beispiele lesen

Beispiel Mailings für Kunden

Viele Kunden fragen mich nach einem Beispiel Mailing, wo der Nutzen in Werbebriefen für die Leser eines Werbebriefs klar herausgearbeitet und beschrieben wird. Damit Sie eine guten Eindruck von professionell für Kunden getexten Werbebriefen erhalten, habe ich zahlreiche Mailings und Werbebrief-Beispiele für verschieden Themen zusammengestellt:

Beispiele von Werbebriefen, die Kunden gewinnen

Weitere Tipps für das Schreiben erfolgreicher Werbebriefe