

Einen Werbebrief versenden oder mehrere Werbebriefe verschicken? Was ist besser ...

Das Erfolgsrezept für erfolgreiche Werbebriefe heißt "*Wiederholungen*"?

"Einmal ist keinmal", sagt schon der Volksmund. Ein Grund, warum manche Werbebriefe erfolgreicher sind als andere, liegt am richtigen Einsatz von Wiederholungen.

Nun ist hier nicht die primitive und langweilige Wiederholung immer gleicher Wörter gemeint. Sondern das Fokussieren auf ein Thema und das Beleuchten der gleichen Vorteile und Argumente aus verschiedenen Perspektiven.

Der Nutzen von Wiederholungen für den Erfolg von Werbebriefen

Wiederholungen sind eine wichtige Voraussetzung für Lernen! Und „Lernen“ ist eine Voraussetzung für die Änderung von Einstellungen und Verhalten. Wenn Sie also einen Leser eines Briefes von etwas überzeugen und ihn dazu veranlassen möchten zu reagieren – sollten Sie auf eine wiederholte Präsentation gleicher Inhalte setzen.

Mit anderen Worten: „*Das Gleiche noch einmal mit anderen Worten schreiben*“!

Wiederholungen sind erfolgreich - das ist wissenschaftlich belegt!

An amerikanischen Universitäten wurden sogenannte Vergessenskurven ermittelt:

- Eine Wiederholung = Erinnerungswert 100
- Zwei Wiederholungen = Erinnerungswert 120
- Drei Wiederholungen = Erinnerungswert 210

Was heißt das für den Erfolg von Werbebriefen?

Erstens: "*Geschäftsbriefe sollten ein zentrales Ziel haben*"!

Konzentrieren Sie sich bei Geschäftsbriefen und Verkaufsbrieffen auf ein zentrales Ziel. These, Antithese, Pro und Kontra sollten ein Thema mit seinen wichtigsten Facetten ausleuchten. So wie ein guter Verkäufer beim Verkaufsgespräch mit einer 3 – 4-maligen Wiederholung der wichtigsten Argumente mehr als doppelt so erfolgreich ist, können Sie das auch mit Ihrem Werbeanschreiben sein.

Zweitens: "*2 bis 3 Werbebriefe sind besser als 1 Werbebrief*"!

Was für einen Werbebrief gilt, gilt auch für den Versand mehrerer Verkaufsbriefe.

- Oft hat ein Kunde bereits am nächsten Tag schon 30 % vergessen.
- Nach einer Woche weiß der Empfänger eines Briefes nur noch die Hälfte.
- Und nach einem Monat hat er schon 70 % vergessen.

Durch das Versenden mehrerer Anschreiben kann man sich wieder in Erinnerung bringen und so mehr Response (=Rückläufe) erhalten.

Weiterer Vorteil mehrerer Anschreiben:

Es gibt viele Situationen, die Ihren Werbebrief-Erfolg einer einzigen Aussendung beeinträchtigen können. Z. B. Urlaub, Termindruck, plötzliche Ereignisse, Stress, Krankheit, schlechte Laune, falsche Weiterleitung, usw.

Mein Marketing-Tipp für Ihre Werbung: Nutzen Sie für Ihr Unternehmen Direktmarketing, um Ihre Kunden und andere Zielgruppen über Ihre Angebote, Produkte und Dienstleistungen mit gut geschriebenen Texten zu informieren. Denn kein anderes Marketing-Instrument lässt sich so gezielt, variabel und preisgünstig einsetzen.

Weiterer Tipp: Lassen Sie den Text für Ihre Werbebriefe vom Texter konzipieren und schreiben! Das spart zum Beispiel Zeit und Arbeit. Und je mehr Kunden Sie aus Ihrer Zielgruppe gewinnen, desto mehr bringt das ein ...

[Hier können Sie Werbebrief-Beispiele und Mailing-Beispiele von Texter lesen](#)

[Gleich Angebot einholen](#)