

Werbemanagement II

CHECKLISTE Direktwerbung

Erfolgreiche Textregeln aus der Praxis von G. J. Summer

Gebote des Werbetextens

Aktivität (1 – 4)

Mache Dir das Vorhaben gründlich klar,
ehe Du die erste Zeile schreibst.

Verschaffe Dir sämtliche Unterlagen, ordne sie
Sorgfältig unter den Gesichtspunkten des
KäuferInneninteresses- nicht Deines eigenen.

Bedenke wem Du schreibst. Vergiss nicht, es ist
eine Person. Schreibe daher einen Brief, keine Rede.

Schreibe stets schlicht, was nicht bedeutet primitiv
zu schreiben. Vermeide tönende Phrasen.

Verwende inhaltvolle Wörter und Redewendungen-
Worte, die das Gemüt ansprechen, den Mund wässrig
Machen, das Herz schneller schlagen lassen.

Versuche nicht witzig zu sein. Es zu versuchen und
dabei versagen, ist unverzeihlich. Wenige können
humorvoll schreiben und noch weniger Produkte eignen
sich dazu.

Sei peinlich genau in allen Angaben zum Produkt, Namen,
Adressen usw.

Scheibe Vertrauen erweckend – begründe das Anliegen.

Schreibe so ausführlich, wie es die Sache erfordert –
und Schluss. Der Text muss den Leser fesseln.

Gib dem/der Leser/in etwas zu tun. Sage ihr/ihm wo
Man die Sachen kaufen kann, die angeboten werden;
Was es kostet und warum man gerade jetzt kaufen soll.

1 = entfällt 2 = verfolgen 3 = Bemerkungen/Hinweise 4 = Erledigt