

Wort 1

Einladung

Nichts kommt besser an, als eingeladen zu werden. Eine Einladung ist eine höfliche, warme Willkommensgeste, die immer aufhorchen lässt. Sie hebt den Umworbene(n) aufs Podest, schmeichelt ihm, wertet ihn auf. Schreiben Sie: «Wir laden Sie ein, xy kennenzulernen», «Persönliche Einladung», «Einladung für Sie und Ihre Familie» oder: «Feiern Sie mit uns».

Wort 2

Sparen

Wer will nicht sparen? Selbst in Zeiten der Hochkonjunktur waren die Begriffe «Sparen» oder «Ersparnis» hoch angesehen. Und wenn das Geld in den Kassen knapper wird, ist Sparen natürlich noch wichtiger. Übrigens: Sparen kann man nicht nur bares Geld. Mögliche Anwendungen dieses Wunderworts sind auch: «Sparen Sie sich Ärger», «Sparen Sie sich unnötigen Zeitverlust» usw.

Wort 3

Kostenlos

Etwas kostenlos zu erhalten, weckt Interesse. Das Kostenlose kann ein Rat, eine Beratung oder eine Zugabe zu einem bestellten Artikel sein. Auch «gratis» dürfen Sie schreiben, weniger geeignet ist «umsonst».

Wort 4

Sicherheit

Vor allem bei hochpreisigen Waren oder Dienstleistungen sind Sicherheiten wichtig, sonst werden sie nicht gekauft. Die Sicherheit kann sich auf den Kaufakt beziehen, auf die bei Ihnen gespeicherten Kundendaten: «Ihre Daten sind bei uns sicher ...», auf die Anwendung des Produkts, auf die Nutzung durch bestimmte Verwender (Kindersicherheit) oder auf den Kaufakt als Ganzes.

Wort 5

Vertrauen

Vertrauen, so sagt der Volksmund, ist der Anfang von allem. In guten Werbebriefen steht deshalb manchmal schon im ersten Absatz, dass Tausende zufriedener Kunden dem Produkt vertrauen. Sagen Sie nie: «Vertrauen Sie uns», sondern beweisen Sie, dass Ihnen bereits Vertrauen geschenkt wird. Wenn Sie diese Vertrauensbeweise in Zahlen fassen können, umso besser, etwa die Nennung hoher Zufriedenheits- oder Weiterempfehlungsraten.

Wort 6

Ergebnis

Dieses Wort eignet sich für die rationalen Entscheider. Sie wollen Ergebnisse sehen. Etwa bei der Hautcreme: «Einfach auftragen – und Sie spüren das Ergebnis sofort.» Oder beim Unkrautvernichter: «Das Ergebnis ist bereits nach 3 Tagen deutlich sichtbar.»

Wort 7

Sie

Die direkte Ansprache ist wichtig, weil der Absender damit die Situation und den Nutzen des Adressaten darstellt und seine Sichtweise einnimmt. Dadurch fühlt sich der Leser verstanden und angesprochen. «Sie» ist im Werbebrief also wichtiger als «wir» oder «ich».

Druckerei Weibel AG

→ www.weibel-design.ch

9327 Tübach

Wiesenstrasse 13

Telefon 071 841 90 44

Fax 071 841 93 09

info@weibel-druck.ch

9320 Arbon

Metzgergasse 2

Telefon 071 446 80 55

Fax 071 440 09 55

arbon@weibel-druck.ch

9403 Goldach

Blumenstrasse 24

Telefon 071 841 53 10

Fax 071 841 53 08

info@ulmer-weibel.ch