



Von: Rafael Sanchez
www.ebook-space.de

Rechtliche Hinweise

Dieses Werk ist durch das Urheberrecht geschützt. Zuwiderhandlungen werden straf- und zivilrechtlich verfolgt. Außer zum Eigengebrauch ist ohne schriftliche Genehmigung des Autors jegliche – auch auszugsweise – Vervielfältigung und Verbreitung nicht gestattet, sei es

- in gedruckter Form,
- durch fotomechanische Verfahren,
- auf Bild- und Tonträgern,
- auf Datenträgern aller Art.

Untersagt ist ebenfalls das elektronische Speichern, insbesondere in Datenbanken, zum Zwecke des Verfügbarmachens für die Öffentlichkeit, sei es zum individuellen Abruf, zur Wiedergabe auf Bildschirmen oder zum Ausdruck. Dies schließt auch Pod-Cast, Videostream usw. ein.

Die Informationen in diesem Werk spiegeln die Sicht des Autors aufgrund eigener Erfahrungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dar. Bitte beachten Sie, dass sich gerade im Internet die Bedingungen ändern können.

Sämtliche Angaben und Anschriften wurden sorgfältig und nach bestem Wissen und Gewissen ermittelt. Trotzdem kann von Autor und Verlag keine Haftung übernommen werden, da (Wirtschafts-) Daten in dieser schnelllebigsten Zeit ständig Veränderungen ausgesetzt sind. Insbesondere muss darauf hingewiesen werden, dass sämtliche Anbieter für ihre Angebote selbst verantwortlich sind. Eine Haftung für fremde Angebote ist ausgeschlossen. Gegebenenfalls ist eine Beratung bei einem Anwalt, Wirtschafts- oder Steuerberater angeraten.

„Verkaufstexte schreiben“, 1. Auflage 2015/8

SPRACHREGELUNG:

Zur Vereinfachung beim Schreiben und Lesen wird immer die männliche Form verwendet: der Zauberer, der Zuschauer usw. Dieser Artikel dient als allgemeiner Gattungsbegriff und schließt weibliche Personen automatisch mit ein.

Sofern wir auf externe Webseiten fremder Dritter verlinken, machen wir uns deren Inhalte nicht zu eigen und haften somit auch nicht für die sich naturgemäß im Internet ständig ändernden Inhalte von Webseiten fremder Anbieter. Das gilt insbesondere auch für Links auf Softwareprogramme, deren Virenfreiheit wir trotz Überprüfung durch uns vor Aufnahme aufgrund von Updates etc. nicht garantieren können.

Autor und Verlag sind nicht haftbar für Verluste, die durch den Gebrauch dieser Informationen entstehen sollten.

Die in diesem Werk erwähnten Anbieter und Quellen wurden zum Zeitpunkt der Niederschrift als zuverlässig eingestuft. Autor und Verleger sind für deren Aktivitäten nicht verantwortlich.

Dieses Handbuch versteht sich als Basisinformationsquelle. Daraus resultierende Einkommen und Gewinne sind allein von Motivation, Ehrgeiz und Fähigkeiten des jeweiligen Lesers abhängig. Sämtliche Markennamen, Logos usw. sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer, die diese Publikation nicht veranlasst oder unterstützt haben.

Über das Internet erhältliche Texte und Bilder, die in dieser Publikation verwendet werden, können geistiges Eigentum darstellen und dürfen nicht kopiert werden.

INHALTSANGABE

ZU BEGINNEN IST DER WICHTIGSTE SCHRITT.....	
DER PROZESS DES SCHREIBENS.....	
71 TIPPS ZUM SCHREIBEN	
GEWINNENDE SCHLAGZEILEN.....	
KONTROVERSE SCHLAGZEILEN.....	
INFORMATIVE SCHLAGZEILEN.....	
DIREKTE SCHLAGZEILEN.....	
“WIE MAN” SCHLAGZEILEN.....	
FRAGENDE SCHLAGZEILEN.....	
BEFEHLENDE SCHLAGZEILEN.....	
GEWINNENDE VERKAUFSTEXTE.....	
FORMULIERUNGEN, UM DIE AUFMERKSAMKEIT DES LESERS ZU ERLANGEN	
FORMULIERUNGEN, UM INTERESSE ZU ERZEUGEN.....	
GEWINNENDE CALL TO ACTION FORMULIERUNGEN.....	
SUBTILE, UNAUFDRINGLICHE CALLS TO ACTION.....	
MOTIVIERENDE CALLS TO ACTION.....	
DIREKTE CALLS TO ACTION.....	
GEWINNENDE FORMULIERUNGEN – ALLGEMEINER GEBRAUCH.....	
BLOG POSTS.....	
FORUM POSTING.....	
GEWINNENDE WÖRTER.....	
WÖRTER, DIE POSITIVE GEFÜHLE AUSLÖSEN.....	
WÖRTER, DIE NEUGIERDE AUSLÖSEN.....	
WÖRTER, DIE EINE AKTION AUSLÖSEN (INKL. VERKAUF).....	

Einführung

Wenn es um Produktverkauf geht, müssen Sie vorsichtig sein mit Ihren Worten. Sie können Ihren Kunden ein Produkt einfach nicht mit dem gleichen Umgangston und mit denselben Formulierungen anbieten, wie Sie einem Freund zum Beispiel einen Vorschlag machen. Und Sie können die Eigenschaften einer Ware nicht auf die gleiche Weise diskutieren wie in einem Brief oder einer Email.

Das heißt, wenn Sie Ihr Werk oder das Werk eines anderen Geschäftsinhabers anpreisen, müssen Sie Ihre Worte mit Bedacht wählen. Sie müssen Wörter und Sätze verwenden, die den Leser so denken und handeln lassen, dass sie ihn letztendlich zum Kauf des Produktes führen.

Wie können Sie das erreichen? Es gibt eine Reihe von Tricks. Einige beinhalten das Einfügen bestimmter psychologischer „Auslöser-Wörter“ in Ihren Verkaufstext. Diese Wörter erzeugen gewisse Assoziationen beim Leser, die ihn zwingen, in bestimmter Weise zu handeln. Zum Beispiel könnten Sie die Wörter „Schockierend“ oder „wissenschaftlich erwiesen“ in einer Schlagzeile verwenden, um die Aufmerksamkeit eines Lesers zu erregen.

Sie sollten nicht nur Worte sorgfältig wählen und platzieren, sondern genauso auch komplette Sätze. Sie müssen Phrasen ersinnen und an den richtigen Stellen bringen, um die volle Wirkung zu erzeugen.

Um beispielsweise die Umwandlungsrate zu steigern, müssen Sie eine gut platzierte und eine geschickt konstruierte “Call to Action” (Handlungsaufforderung) verwenden. Wenn Sie das vermurksen, sinkt Ihre Conversion Rate bis zu 50%.

Außer dem Erstellen einer guten Handlungsaufforderung müssen Sie etwas Ähnliches auch mit Schlagzeilen machen. Sie müssen Wörter so komponieren, dass ein Leser sofort angezogen wird und den Rest des Textes liest, bevor er die Seite wieder schließt.

Kurz gesagt, die Erstellung und Platzierung guter Wörter und Sätze ist nicht einfach, aber entscheidet über den Erfolg Ihrer Marketing Kampagne. Zum Glück für Sie wurde der Rest dieser Anleitung kreiert, um Ihnen zu helfen, Dinge besser zu machen.

Zu beginnen ist der wichtigste Schritt.

Wenn Sie wissen wie man schreibt, sind Sie schon zu 95% auf den richtigen Weg. Sie müssen kein Meister sein um die Tipps in diesem Buch zu verstehen. Es ist leicht geschrieben, sodass jeder es verstehen kann.

Schreiben für das Internet erfordert verschiedene Fähigkeiten, die meist schon mit den Schreibarbeiten in der Schule erlangt wurden. Wenn Sie noch nie ein Schreiber waren, mag es dir schwer vorkommen jetzt damit anzufangen.

Das Gute daran ist jedoch nun, dass Sie mehr Erfahrungen und Fähigkeiten haben, dass Sie mit Ihren Lesern teilen können.

Einen Artikel, oder eine Serien von Artikeln können ein guter Weg sein, um das zu teilen was Sie wissen und erlebt haben.

Während das Schreiben für Ihre Seite von professionellen Schreibern gemacht werden könnten, ist es jedoch wichtiger persönlich zu sein und es somit besser selbst zu machen.

Lieber persönlich schreiben!

Das Buch kann dir dabei helfen. Professionelle Schreiber sind professionell. Sie nehmen ihren Job ernst, jedoch ist das Problem dabei, dass sie nicht das erlebt haben was Sie erlebt haben. Sie wissen nicht wie Sie sich fühlen. Sie können zwar schreiben, wie Sie es möchten, jedoch nicht mit Ihrem Herzen. Sie können Informationen schreiben, jedoch nicht dem Leser zeigen wie Sie sind. Sie können nicht die Passion teilen die Sie haben.

Es selbst zu machen kann sich lohnen. Es kann Ihnen helfen eine persönliche Verbindung zu erstellen. Den Lesern zeigt es wer Sie sind, weil Sie Ihre Gedanken und Gefühle mit ihnen teilen.

Wenn Sie noch nie für eine Webseite geschrieben haben, machen Sie sich keine Sorgen. Sie sind nicht allein. Das ist warum Sie dieses Buch lesen. Die Informationen hier, werden Ihnen helfen einen qualitativen Inhalt erstellen zu können.

Bevor Sie anfangen etwas zu schreiben, ist es wichtig den Schreibprozess zu verstehen. Schreiben ist mehr als einfach nur Wörter auf Papier zu bringen.

Es braucht Gedanken und Planung um einen qualitativen Inhalt zu produzieren und der ist notwendig. Niemals hat der Satz „Alles ist es Wert es richtig zu machen“ eine wichtigere Bedeutung.

Wenn Sie einen Artikel, eine Artikelserie, Blog Post oder ein Videoskript für Ihre Seite vorbereiten, **fragen Sie sich selbst über was Sie schreiben möchten und wie Sie über das Thema sprechen möchten.**

Denken Sie über den Sinn des Artikels nach und schneiden Sie ihn nach dem Nutzen zu Recht. Denken Sie darüber nach ob es eine Promotion ist, informativer Artikel mit einer Aktion vom Leser oder ist es einfach ein Lehrtext.

Es gibt viele verschiedene Arten, wie Sie schreiben können. Schauen Sie nach allen Wegen wie Sie den Artikel schreiben könnten und wählen Sie den der am besten für Sie passt.

Wenn Sie Ihr Thema schon wissen, denken Sie über weitere Ideen nach. Es ist leicht einfache Ideen zu einem Thema aufzuschreiben.

Schreiben Sie alles auf, was Ihnen in den Kopf kommt.

Ihre Notizen dazu können Sie sowohl elektronisch als auch auf Papier aufschreiben. Mach Sie sich zu diesem Zeitpunkt keine Gedanken darüber, ob das was Sie jetzt aufschreiben, verwendet werden. Seien Sie kreativ und **schreiben Sie alles auf, was mit dem Thema zu tun haben könnte.**

Denken Sie darüber nach wer Ihr Publikum sein wird. Wenn Sie wissen für wann Sie schreiben, wird es leichter für Ihnen sein den Inhalt, im passenden Stil, zu erstellen.

Stellen Sie sich diese Fragen:

- Welcher Altersgruppe wird Ihr Publikum zugehören?
- Welches Geschlecht?
- Welchen Bildungsgrad werden sie haben?
- Wird es eine bestimmte Kultur ansprechen?

All das ist wichtig, wenn Sie entscheiden möchten was und wie Sie es schreiben möchten. Sie möchten bestimmt so schreiben, dass sich Ihr Publikum mit Ihrer Arbeit vertraut machen kann und es versteht.

Untersuchen Sie Ihr Thema genau, damit Sie auch ungewöhnliche Fakten wissen. **Es ist wichtig zu wissen über was Sie schreiben**, denn das macht das Schreiben einfacher. Es gibt viele Quellen, um weitere Informationen zu finden. Schreiben Sie alles (Achtung!) **mit Ihren Worten** auf. Auf keinen Fall 1 zu 1 kopieren, nur weil es bequemer ist! Sie müssen den Inhalt mit Ihren eigenen Worten aufschreiben.

Kopieren Sie nicht einfach den Text, denn das verletzt das Copyright.

Sie sollten einen Umriss (ein logisches Inhaltsverzeichnis) Ihrer Arbeit machen, denn das wird Ihnen helfen einen qualitativen Inhalt vorzubereiten. Es lässt Sie fokussieren.

Der Umriss wird Ihnen helfen einen logischen Ablauf zu erstellen.

Wenn Ihren Umriss komplett ist, fangen Sie mit dem Schreiben an. Folgen Sie dem Umriss und verwenden Sie Ihre gefundenen Zusatzinformationen.

Es gibt drei wichtige Hauptteile beim Schreiben:

Einleitung, Hauptteil und Fazit.

Sie sollten immer mit einer guten Einleitung anfangen. Dann bereiten Sie den Hauptteil vor. Zum Schluss das Fazit. In der Einleitung erklären Sie, kurz und knapp den Inhalt und was die Leser lernen werden.

Der Hauptteil beinhaltet alle Details und Informationen, die eine Verbindung zum Leser herstellen.

Das Fazit ist eine Zusammenfassung des Themas und ist **Ihren** letzter Eindruck den Sie mit ausgefallenem Stil gestalten sollten und dem Leser somit zeigen, **dass es sich lohnt hat Ihren Text zu lesen.**

Schreiben Sie Ihren ersten Entwurf, ohne dabei zu kritisch zu sein. In deinem ersten Entwurf, schreiben Sie alle Informationen, in einer logischen Reihenfolge auf.

Dann überarbeiten Sie diesen Entwurf kritischer. Wenn Sie das machen, machen Sie sich Gedanken zu den Wörtern. Das wird Ihnen helfen grammatische Fehler oder Inkonsistenz im Artikel zu finden. Es wird Ihnen auch helfen flüssig zu schreiben. Wenn Sie über eines Ihrer Wörter stolpern,

wird es auch Ihren Leser. Wenn Sie fertig sind, dann wiederholen Sie diesen Prozess, bis Sie Ihren Text gefällt.

Tipps:

- Verändern Sie die Satzanordnung, um das Lesen flüssiger zu machen

- Formulieren Sie seltsame Sätze noch mal
- Löschen Sie extra Wörter, unnötige Sätze oder sogar Abschnitte

Du müssen realisieren, dass niemand perfekt ist. Schreiben zu lernen braucht Zeit, Geduld, Kreativität und Übung. Sie fühlen vielleicht, dass Sie etwas Gutes gefunden haben, das dann aber doch nicht so gut war. Entmutigen Sie sich nicht, Sie müssen Ihren Werk sicherlich öfters ändern bevor es richtig gut ist.

Merken Sie sich nur, „Wenn Sie nicht sofort erfolgreich sind, dann versuchen Sie es immer wieder.“

Wenn Sie am Ende, Ihren Werk fertiggestellt haben, werden Sie merken, dass es sich gelohnt hat. Wenn Sie diesen Schreibprozess immer wiederholen, wird es von Mal zu Mal leichter für Sie werden und Sie erstellen dann unbewusst gute und lesbare Texte.

Wenn Sie alle Schritte befolgen, werden Sie bevor Sie es bemerken zu einem kompetenten Schreiber. **Das ist der erste Schritt**, um dynamische Inhalte zu erstellen, die Sie für Ihre Seite brauchen.

Jetzt kennen Sie den Schreibprozess. Das alles braucht aber seine Zeit.

Weiter folgen 70 tolle Tipps die Ihnen helfen einen Inhalt zu erstellen, auf den Sie stolz sein können. Welche Ihnen Publikum fesseln und diese dann am Ende zu Stammleser werden.

Tipps für Webartikel

1. Beantworten Sie immer die Fragen: **Wer? Warum? Wo? Wann, Was? und Wie?** Wenn Sie diese Fragen beantworten, Sind Sie schon auf dem halben Weg einen guten Artikel zu schreiben. Machen Sie sich keine Sorgen, lesen Sie Zeitungsartikel. Journalisten benutzten dieses Format immer. Üben

Sie durch das Lesen und Rausfiltern der sechs Fragen. So sehen Sie wie Journalisten qualitative Inhalte schreiben. Schreiben Sie nun in einem ähnlichen Stil.

2. Wenn Sie fertig sind **überprüfen Sie Ihren Artikel nach Fehlern**. Nichts wirkt unprofessioneller als Fehler. Prüfen Sie Synonyme, welche der PC nicht von allein korrigiert. Sie müssen sicher gehen, dass Sie die richtige Form verwendet haben. Natürlich gibt es Leute die diese Fehler übersehen, aber diese Leser werden auch den Inhalt nicht ernst nehmen.

3. **Geben Sie Ihrem Artikel Pepp – eine knackige Überschrift**. Das wird der Erste Eindruck Ihres Artikels sein. Sie können den besten und hilfreichsten Artikel haben und niemand würde ihn lesen, wenn er eine gewöhnliche Überschrift hätte. Das ist das Schlimmste was einem guten Text passieren kann. Machen Sie etwas was die Aufmerksamkeit darauf lenkt. Leser wollen wissen ob es wert ist Ihre Arbeit zu lesen. Der beste Titel zeigt sofort was der Leser von Ihrem Artikel erwarten kann. Eine gute peppige Überschrift kann die Leser auch zum Lesen Ihres nächsten Artikels führen.

4. **Bereiten Sie eine gute Einleitung vor**. Nach Ihrem Titel, ist die Einleitung der zweite Eindruck und diese ist sehr wichtig. Wenn der Leser einen interessanten Titel sieht, klickt er sie an und fängt an den ersten Abschnitt zu lesen, wenn dieser uninteressant ist, werden sie keine weitere Sekunde verschwenden.

Geben Sie ihnen deswegen einen guten Grund es weiter zu lesen. Schreiben Sie etwas **Freches** oder **Strittiges**. Erzählen Sie ihnen was sie von Ihnen lernen können und fangen Sie dann sofort damit an.

5. **Organisieren Sie Ihren Artikel gut**. Es ist etwas anders einen Internetartikel zu lesen, als einen gedruckten. Im Internet überfliegen die Leser die Artikel meist bevor sie sie diesen lesen, egal wie der Inhalt ist. Sie

müssen übersichtlich schreiben. Nummerierungen, Punktierung oder auch Zwischentitel, schaffen eine Übersicht und geben überfliegenden Lesern schnell Information, die sie brauchen.

6. Seien Sie selbst. Das bedeutet nicht dass Sie schreiben sollen wie Sie sprechen, sondern dass Sie Ihre Persönlichkeit zeigen. Versuchen Sie nicht in einer Fachsprache zu schreiben und benutzen Sie nicht nur Fremdwörter, denn komplizierte Wörter machen keinen guten Artikel aus. Sie müssen die Fachsprache an Ihren Publikum anpassen. Allgemein sollte man kein Wörterbuch brauchen um Ihren Artikel lesen zu können, sonst werden die Leute Ihren Artikel weiter klicken. Seien Sie einfach Sie selbst und schreiben Sie wie Sie sind. Sicher, Sie möchten sie beeindrucken, aber Sie können Leute nicht beeindrucken, wenn sie es nicht verstehen. Schreiben Sie so, dass sie Ihnen gerne zu hören würden.

7. Verwenden Sie Beispiele oder erzählen Sie Geschichten. Artikel mit Beispielen sind beliebter. Manchmal lesen Sie einen Artikel und verstehen ihn, aber wissen nicht wie Sie das Wissen anwenden sollen. Beispiele helfen dem Leser dabei. Dann werden sie merken ob sie es richtig verstanden haben.

8. Erzählen Sie dem Lesern nicht, dass Sie Artikel schreiben um durch die Leser ein Geschäft zu machen. Das ist das schlimmste was Sie machen können. Teilen Sie einfach Ihre Informationen mit ihnen und zeigen Sie was Sie ihnen bieten können. Wenn Sie das machen, werden sie Ihnen

vertrauen und zu Ihnen zurückkehren, denn Sie haben bewiesen, dass Sie eine verlässliche Quelle sind.

9. Bearbeiten Sie! Machen Sie sich klar das Rechtschreibung das wichtigste ist. Lesen Sie Ihren Text immer wieder durch bis alles richtig ist und es flüssig und verständlich für den Leser ist.

Tipps für Blog-Post

10. **Kennen Sie Header und Footer** Ihres Blogs, damit sich Ihren Post gut in den Blog einfügt. Lassen Sie sich Zeit mit den visuellen Editoren oder HTML. Wenn Sie sich noch nicht so mit den technischen Aspekten des Bloggens auskennen, fragen Sie ruhig nach Rat bei Leuten, die sich damit auskennen.

11. **Erstellen Sie Kategorien** und bleiben Sie beim Thema. Egal ob der Blogpost allein oder zu einer Serie gehört. Er sollte in Ihre Blogkategorie passen. Das bedeutet, dass Sie bei einem bestimmten Thema bleiben und sich darauf "spezialisieren". Durch klare Kategorien wird es Ihnen leichter fallen einen definierten und bedeutungsvollen Blog zu erstellen.

12. **Erstellen Sie eine Meta- Beschreibung.** Eine Suchmaschine beschreibt normalerweise Ihren Blog mit den ersten 160 Zeichen, die sie darauf findet. Deswegen wäre es gut eine eigene und sinnvolle Inhaltsangabe zu erstellen um wirklich zu zeigen, was Ihren Blog zu bieten hat.

13. **Verwenden Sie einen Kalender.** Viele Blogger finden das sinnvoll um ihre Schritte besser planen zu können. Das wird Ihnen dabei helfen eine gleichmäßige Produktion zu erreichen.

14. **Erstellen Sie ein gutes Design** für Ihre Seite. Wenn Sie möchten, dass sie Ihre Posts lesen, müssen sie auf der Seite bleiben. Das Design darf nicht

erschrecken, denn das ist das erste was ein Leser sieht. Es beeinflusst die Findungsrate, Besucheranzahl und die Umsetzung. Wenn Ihre Seite

professionell aussieht, werden Ihren Leser Ihre Texte ernster nehmen und sich angezogen fühlen länger auf der Seite zu bleiben.

15. **Identifizieren Sie Kritiken**, um zu sehen wie Ihren Blog läuft, sowie z.B. Besucher, Abonnenten, Klicks und Verbreitung in den Social-Media's. Das wird Ihnen ein Gefühl dafür geben, was richtig ist.

16. **Erstellen Sie unbedingt ein Impressum**, ein Kontaktfeld oder ähnliches, falls Ihnen ein Leser schreiben möchte. Leser sind nicht nur am Inhalt Ihres Blogs interessiert. Sie wollen auch wissen wer hier schreibt. Auch wenn der Blog nur von Ihnen geschrieben wird und Sie der Administrator der Seite sind, lassen Sie die Leser wissen wer Sie sind.

17. **Veröffentlichen und promoten Sie Ihre Seite**, das ist ein wichtiger Schritt, um Ihren Blog erfolgreich zu machen. Ein guter Weg es zu veröffentlichen ist es, wenn Sie mit Ihrem Post eine Aktion hervorrufen möchten. Um das zu erreichen braucht es viele Gedanken und eine Strategie. Nutzen Sie den Blog und Kommentare in Sozialen Netzwerken und schauen Sie, ob es Ihnen hilft Ihren Blog zu verbreiten. Lassen Sie sich Zeit eine gute Basis zu schaffen, bevor Sie eine erfolgreiche Promotion Ihres Blogs erwarten können.

18. **Versuchen Sie Fragen zu beantworten**. Ein guter Weg gute Inhaltliche Ideen zu finden, ist sich Webanalysen der bekannten Suchmaschinen anzuschauen, z.B. was die meisten Leute gefragt haben. Wenn es eine beliebte Frage war, antworten Sie den Leuten und schauen Sie ob es Ihnen hilft einen Basisleserstamm auf zu bauen. Sie können auch die Leser fragen, was sie für Fragen haben. Wenn sie das tun, können Sie darauf in zukünftigen Posts antworten.

19. **Machen Sie sich einmalig**. Wenn Sie schon eine Weile bloggen, dann haben Sie mit Sicherheit auch schon andere Blogs (zu Ihrem Thema) besucht. Versuchen Sie ihre Texte zu analysieren und dich selbst daran zu verbessern.

20. So werden Sie erkennen, das **einige Artikel gute Teile** haben, aber jedoch im nächsten Abschnitt nicht mehr so gut sind. Nutzen Sie all diese Informationen für Ihren Blog und machen Sie es für Ihre Posts besser.

21. Schreiben Sie Ihre Posts so, dass der Leser einen NUTZEN davon hat. Ein großer Fehler ist zu vergessen für wen man schreibt und was sie brauchen. Der Leser muss etwas Neues erfahren oder wie er eine Sache schneller, besser... machen oder erreichen kann.

22. Seien Sie sicher, dass der Inhalt verständlich ist. Respektieren Sie dabei den Lesecharakter und das Leseniveau. Sie möchten vielleicht etwas Technisches erklären, dann versuchen Sie es so einfach wie möglich zu formulieren.

23. Fordern Sie durch Ihre Inhalte zu Aktionen auf. Das bedeutet, fügen Sie Aktionsaufrufe hinzu, platzieren Sie Kommentare, eine Einladung zum Teilen, Links zu ähnlichen Inhalten und eine Zusammenfassung von dem was Sie geschrieben haben. Die Besucher müssen sich wohlfühlen, das erreichen Sie am einfachsten, wenn sie etwas machen sollen. Kontroverse? Nein es ist so. Wenn sie einen Kommentar schreiben, kommen sie wieder, um zu schauen ob jemand auf diesen geantwortet hat.

24. Achten Sie bei Ihrem Post immer auf die Wahl Ihrer Wörter. Achten Sie darauf egal wie klein oder groß Ihre Post ist. Verschenden Sie Ihre Energie nicht darauf, um unbedingt eine bestimmte Anzahl Ihrer Wörter zu erreichen, sondern achten Sie lieber auf eine gute Darstellung auf dem

Handy, benutzen Sie dafür effektiv das Formatieren. Wenn Sie sich auf kürzere Posts beschränken, können Sie das Format als Standard verwenden und erst bei längeren Themen wieder manuell umstellen.

25. Mache Sie sich klar was Sie selbst von Ihnen mit dem Lesern teilen möchten. Leser mögen es gerne etwas über den Autor zu erfahren, der sie auf diese Wissensreise mitnimmt. Business Blogs sollten nicht allzu viel Persönliches enthalten.

26. Schaffen Sie eine Ruhezone und legen Sie eine Zeit zum Schreiben fest. Es ist wahr das Ideen spontan kommen, jedoch kann es passieren das Sie durch das Schreiben selbst zu Ideen und Verbesserungen angeregt werden. Wenn Sie in Ihrer Zone sind, können Sie die Inspirationen nutzen die Ihnen davor beim Autofahren oder auch mitten in der Nacht eingefallen sind.

27. Machen Sie sich beim Schreiben Gedanken. Denken Sie wie eine Pyramide beim Schreiben. Kommen Sie im ersten Satz schon zum Punkt und fächern Sie dann das Thema weiter auf.

28. Schreiben Sie kurze Sätze. Lassen Sie unnötige Wörter oder zu lange Wörter aus, denn sie erschweren das Lesen.

29. Schreiben Sie nur eine Idee pro Absatz. Webseiten sollten eine Konsistenz haben und zum Punkt kommen. Da die meisten Leser im Internet die Texte nur überfliegen, ist eine Aufteilung in sinnvolle Abschnitte besser als ein ganzer Block.

30. Schreiben Sie mit aktiven Wörtern. Sagen Sie Ihren Lesern was sie tun sollen. Vermeiden Sie dabei die passive Ansprache. Es wird Ihnen helfen mehr Spannung in Ihre Seiten aufzubauen. Geben Sie den Lesern Aufgabe und sagen Sie ihnen, was sie dadurch erreichen können.

31. Verwenden Sie Zwischenüberschriften im Text, das macht es leichter wenn man den Text überfliegt. Die Leser können so gleich zu dem für sie interessanten Teil kommen.

32. Machen Sie Ihre Links zum Highlight, das wird den Lesern beim Überfliegen des Textes helfen. Diese Links stechen aus dem Text hervor und geben einen Tipp.

33. **Bringen Sie Ihre Leser zur Ruhe.** Sie schreiben nicht für eine Mediziner Zeitschrift oder einem Literaturclub.

34. **Haben Sie keine Angst ihnen Ihre Tricks zu verraten.** Je mehr Sie ihnen erzähst, desto mehr Nachfrage bekommen Sie. Desto mehr Sie freigeben, desto mehr werden Sie als Experte wahrgenommen. Vielleicht kennst Sie den Satz „Gebe und dir wird gegeben“

35. Wenn Sie die Seite geschäftlich betreiben, **erzählen Sie über die Vorteile Ihres Produkts.** Vorteile sind die sich verkaufen lassen, nicht zugehöriger Schnickschnack. Vorteile könnte z.B. sein das die Käufer Zeit und Geld sparen oder alles an einem Ort finden. Sie sollten die Vorteile öfters erwähnen. Viele werde sich fragen, was sie dafür bekommen. Sagen Sie ihnen, dass es wichtig für sie ist. Sie wissen schon, das Kunden neugierig auf Sachen sind die ihnen das Leben erleichtern. Nutzen Sie dieses Wissen und gestalten Sie Ihre Inhalte danach. Geben Sie ihnen neue Informationen und helfen Sie ihnen das zu finden, was sie suchen.

36. **Geben Sie Ihren Lesern weitere Informationen** z.B. die Webadresse wo sie mehr über das Thema erfahren können, von dem Sie gerade berichten. Das kann Ihre eigene Seite sein oder eine andere. Machen Sie sich keine Sorgen Kunden zu verlieren. Gute ausgehende Links verbessern Ihr Ranking und bringen Ihnen auf eine bessere Position in den Suchmaschinen.

37. **Holen Sie sich eine Zweitmeinung,** denn dies ist nicht nur in der Medizin wichtig. Zeigen Sie Ihren Artikel Freunden und Kollegen. Haben Sie keine Angst vor Kritik. Es ist besser wenn ein Freund einen Fehler findet, als ein Leser.

38. **Sprechen Sie mit deinen Lesern** direkt, als würdet ihr gerade zusammen Kaffee trinken. Das ist der beste Weg , um ein Drumherum Gerede zu ersparen.

39. **Schreiben Sie über das was Sie wissen**, denn dann wird es Ihnen leichter fallen, über ein Thema zu schreiben. Wenn Sie über ein Thema viel wissen und es sehr mögen, wird man diese Freude im Text wieder erkennen.

40. **Haben Sie Spaß und zeigen Sie es am Schreiben**. Sie haben bestimmt schon beim Lesen einiger Bücher gleich aufgehört zu lesen, weil es kein Spaß machte. Und weil Blogs regelmäßig geschrieben werden, können sie meist wie eine Art Hausarbeiten wirken. Schreiben Sie deshalb über etwas was mehr Spaß macht und nur wenn Sie es möchten und nicht müssen.

41. **Bleiben Sie konsequent mit Ihren Posts**. Viele fangen mit viel Energie an zu Schreiben und wenn sie nicht die gewünschten Erfolge sehen hören sie wieder auf. Die Leser möchten wissen, wann sie wieder etwas Neues von die erfahren. Es muss nicht jeden Tag sein, aber wenn Sie vereinbaren jede Woche zuschreiben, machen Sie es auch. Denn nichts ist schädlicher als Unzuverlässigkeit. Lassen Sie die Leser wissen wann es wieder etwas Neues von Ihnen gibt. Sie können so was wie „Am Donnerstag, kommen weitere Tipps, wie man ...“, schreiben. Wenn sie das lesen, werden sie diese Information im Hinterkopf abspeichern und besuchen Ihre Seite wieder.

42. **Verwenden Sie Ihre Inhalte wieder**. Nicht jeder mag lesen, so können Sie z.B. es auch als Video drehen, als Präsentation oder Audioaufzeichnung.

So erreichen Sie nicht nur die Leser, sondern nutzen Sie viele Formate um alle zu erreichen.

Tipps für Ebooks

43. **Erzählen Sie anderen nicht, dass Sie nicht schreiben können**, das lässt Ihnen nur an sich selbst zweifeln und wird Ihnen aufhalten, das zu tun was Sie eigentlich gerne möchten. Wenn Sie wirklich ein Buch schreiben wollen, *ist das der wichtigste Tipp*. Es gibt viele berühmte Autoren, die kein Komma richtig setzten können. Machen Sie sich keine Sorgen, am Schluss

können Sie alles noch einmal überarbeiten. *Der wichtigste Schritt ist, mit dem Schreiben anzufangen.*

44. Teilen Sie das Buch in Teile ein und sehen Sie es wie eine Reise von tausenden Kilometern, die mit dem ersten Schritt beginnt. Die schwersten Teile werden: der Titel, der erste Satz und das Ende sein. Also teilen Sie es in machbare und überschaubare Teile ein.

45. Finden Sie einen guten Titel, nehmen Sie nicht den erstbesten, sondern schreiben Sie ein paar Alternativen auf. Titel helfen Ihnen sich auf ein Thema zu konzentrieren. Wählen Sie nicht ein Titel, der nichts mit dem Buch zu tun hat, der Leser möchte gerne wissen um was es geht.

46. Haben Sie eine gute These. Ein bis zwei Sätze die das Problem beschreiben und zeigen wie Ihr Buch diese lösen kann. Jedes Kapitel beruht sich auf diese Thesen. Wenn Sie die perfekten Thesen gefunden haben, ist das Ihre Basis auf dem Sie Ihr Buch, Kapitel für Kapitel aufbauen können.

47. Seien Sie sich sicher, dass es einen guten Grund gibt warum Sie das Buch schreiben, z.B. eine Nische in der Gesellschaft. Denn das Internet ist ein guter Ort für Nischen, weil es großes Potential hat globales Publikum zu erreichen und nicht nur lokal. Finden Sie heraus ob Ihr Buch:

nützliche Informationen hat, welche gerade relevant sind

- das Leben anderer positiv beeinflusst
- dynamisch und die Aufmerksamkeit des Lesers auf sich zieht
- alle wichtigen Fragen beantwortet

48. Schreiben Sie Bücher für die Allgemeinheit. Das werden Sie zwar nie zu 100% erreichen, aber Sie müssen einen typischen Leser virtualisieren (vorstellen).

Stellen Sie sich Ihren Leser vor:

- Altersumfang der Leser

- Typische Geschlechter
- Hauptleserinteressen
- Sozialgruppenangehörigkeit

49. **Schreiben Sie Ihre Ziele auf**, bevor Sie mit dem Schreiben anfangen. So wird es Ihnen leichter fallen. Möchten Sie ein Produkt verkaufen oder es verschenken? Je mehr Sie wissen, desto besser können Sie den Inhalt planen.

50. **Nutzen Sie ein einheitliches Kapitalformat**. Vielleicht planen Sie eine Einleitung zu deinem Kapitel Thema, teilen Sie es in fünf Teile mit Zwischenüberschriften ein, jedes beginnend mit einer relevanten Geschichte oder Erfahrung.

51. **Schreiben Sie übersichtlich und mit zusätzlichen Infos**. Meistens bringen Bilder, Geschichten und Grafiken die Leser zum Lesen. Nutzen Sie eine Sidebar, was nützlich für schnellen Zugriff ist. Es wird Ihnen helfen die Seite aufzuteilen.

52. **Ein wichtiger Tipp ist:** Speichern Sie Ihre Arbeit immer an verschiedenen Orten ab. Denn nichts ist schlimmer, als alles zu verlieren.

53. **Lassen Sie jemanden Ihren Buch lesen** und datieren Sie es auf eine CD. Im Internet sind Plagiate ein große Problem. Deshalb sichern Sie sich so ab, im Falle einer Beschuldigung.

Tipps für Videos

54. **Merke Sie sich, dass Erfolg relativ ist**. Er ist für jeden anders. Wenn Sie anfangen sich mit anderen zu vergleichen, werden Sie enttäuscht werden. Setzen Sie sich Ihre eigenen Ziele und erreichen Sie sie. Arbeiten Sie so Schritt für Schritt.

55. **Besorgen Sie sich eine gute Kamera.** Sie werden überrascht sein wie viele Videos auf YouTube nicht anschaubar sind. Eine gute Qualität entscheidet über Ihren Erfolg und es hat sich noch keiner über eine zu gute Qualität beschwert. ;-)

56. **Höhere Auflösung bring höhere Qualität,** wenn Sie in HD aufnehmen, so machen Sie es auch. HD ist 1280×720 Pixel, so können Sie es auch auf YouTube hochladen. Und es wird sich lohnen. Für eine solche Aufnahme, brauchen Sie keine hundert Euro auszugeben, aber die Qualität wird am Ende für sich sprechen.

57. **Besorgen Sie sich ein gutes Mikrofon.** Die Basisgeräte wie ein USB Mikrofon reichen völlig aus. Hauptsache sie haben einen klaren Klang und nehmen keine Nebengeräusche auf.

58. **Nutzen Sie gutes Licht,** das ist besonders wichtig, wenn Sie etwas zeigen möchtest, denn die Leute wollen alles gut sehen. Sie brauchen kein Bühnenlicht, aber etwas was Ihnen erlaubt die Details gut darzustellen und das in guter Qualität.

59. **Erschaffen Sie eine gute Szenerie bevor Sie anfangen.** Merken Sie sich , was Sie sagen werden und schauen Sie sich in Ihrer Umgebung um.

Es ist schwer jemanden ernst zu nehmen, wenn es im Hintergrund unordentlich ist.

60. Merken Sie sich Sie haben **nur 15 Sekunden,** um die Aufmerksamkeit zu erlangen. In dieser Zeit müssen Sie den Zuschauer begeistern und mitreißen. Wenn Sie das persönlich nicht schaffen, ist das nicht schlimm. Nutzen Sie dann einfach eine andere Möglichkeit. Wenn ein Besucher nicht in 15 Sekunden mitgerissen wird, klickt er weg.

61. **Übung macht den Meister.** Vom „nur“ zuschauen, werden Sie nicht besser. Versuchen Sie lieber Videos zu drehen und zeigen Sie diese dann Ihrer Familie, achten Sie dabei auf Kritik und auf das, was Sie beim nächsten Mal besser machen müssen. Es wird vielleicht einige Take brauchen, bis Sie das Beste herausgeholt haben, aber es wird sich für Ihnen lohnen.

62. **Machen Sie es nicht komplizierter als schon ist.** Wenn etwas nicht witzig ist, versuchen Sie es nicht zu übertreiben, es wird dadurch nicht witziger. Es ist nicht lustig, wenn Sie sich damit lange beschäftigen. Eine weitere Regel ist, sprechen Sie zu dem Zuschauer, sprechen Sie ihn persönlich an.

63. **Bleiben Sie beim Thema,** wenn Sie etwas aufnehmen. Wenn Sie damit Probleme haben, machen Sie sich Notizen.

64. **Benutzen Sie eine energische Stimme,** wenn Sie keine energische Stimme haben, wird Ihnen keiner lange zuhören. Lebhaftes Videos werden lieber bis zum Ende geschaut. Sie erinnern sich bestimmt an Ihre Lehrer oder Professoren, die monoton sprachen und es Ihnen schwer viel ihnen zu zuhören. Damals könnten Sie nicht einfach weg klicken.

65. **Versuchen Sie es mit mehr Humor,** das wirkt auf fast alle Generationen. Warum? Weil es witzig ist, besonders wenn es nicht erwartet wird. Ein wenig Verrücktheit kann lustig und unterhaltsam sein. Ich sage nicht, dass Sie ein Komödiant sein sollen, jedoch ein wenig schadet nicht.

66. **Geben Sie den Leuten etwas worauf sie sich freuen können.** Machen Sie etwas routinemäßiges und lassen Sie es für Ihre Zuschauer zur Gewohnheit werden. Wie z.B. Geschenke am Samstag. Wenn dies nicht Ihren Fall ist, dann irgendeine andere Regelmäßigkeit.

67. Geben Sie dem Zuschauer einen Grund, warum er Ihr Video mit Freunden usw. teilen sollte. Es gibt viele die nicht in YouTube suchen, sich jedoch durch Meinungen von anderen beeinflussen lassen. Wenn jemand Ihr Video lustig, gut oder hilfreich findet, erhöht es die Chance darauf. Das trifft auch zu, wenn Sie kreativ sind. Sie können sogar sagen: „Wenn du das Video magst und jemanden kennst dem es gefallen könnte, schicke es weiter.“

68. Lassen Sie Ihre Zuschauer nicht gehen, bevor sie Ihre Botschaft verstanden haben. Verlassen Sie sich nicht immer auf den Beschreibungstext. Alles was Sie mitteilen möchten, müssen Sie in einem Video auch sagen. Erzählen Sie wer Sie sind. Die Chancen sind höher, dass sie das Video sehen, als das sie es lesen.

69. Fragen Sie Ihr Publikum nach Kritik oder rufen Sie zu einer Videoantwort auf. Die Kritik kann auch positiv sein, dann nutze sie um deinen Stolz zu stärken und falls sie negativ ist, lernen Sie daraus. Benutzen Sie diese Kommentare für zukünftige Videos.

70. Behandeln Sie jedes Video, als wäre es das einzige, was der Zuschauer zu sehen bekommt. Viel drehen eine Serie von Videos und oft passiert es, das man die Videos nicht der Reihenfolge nach anschaut oder auch nur eins sieht.

71. Nutzen Sie Anmerkungen. Sie können Anmerkungen überall als Link unterbringen, sie werde über deinem Video auf YouTube gezeigt.

Gewinnende Schlagzeilen

Wenn es um gewinnbringende Sätze geht, ist ein Typ besonders wichtig, sorgfältig konstruiert zu werden: Schlagzeilen. Gute Schlagzeilen können

Ihre Umwandlungsrate verdoppeln, einfach indem sie den Leser auf der Seite halten, so dass er Ihr Angebot sehen kann. Schlechte Schlagzeilen dagegen können den Leser vergraulen und es unmöglich machen, dass es zu einem Abschluss kommt, ganz egal, wie gut der Rest des Anzeigen- oder Verkaufstextes ist.

Neben der Frage, ob Schlagzeilen „gut“ oder „schlecht“ sind, müssen sie auch noch den richtigen Ton für den restlichen Verkaufsbrief treffen. Das heißt, er muss in einer Weise gestaltet sein, dass er den Leser in die richtige Richtung bewegt.

Nachfolgend betrachten wir ein paar Beispiele von „gewinnenden Schlagzeilen“:

Kontroverse Schlagzeilen:

Alles, was Sie bisher über [Thema] gelernt haben, ist falsch. Finden Sie heraus, wie Sie Ihre Fehler korrigieren, auf den richtigen Weg gelangen und erfahren Sie alles über [Thema] bis nächste Woche.

Bis heute hat Ihrem Leben etwas Wichtiges gefehlt. Sie waren unglücklich, erfolglos und ohne Ziel. Erfahren Sie, was Sie – und die meisten Menschen,

die Sie kennen – falsch machen in Bezug auf Erfolg, Geldverdienen und Liebe.

Verschwenden Sie nicht länger Ihre Zeit. Hören Sie auf, Dinge falsch zu machen. Erfahren Sie das Geheimnis für Erfolg und Glück und wenden Sie es an auf Ihr Geschäft, Ihre Beziehungen und Ihr Alltagsleben.

Was wäre, wenn ich Ihnen sage, dass ein einziger Fehler Sie jährlich 200.000 \$ kostet? Und was wäre, wenn ich Ihnen sage, wie Sie diesen Fehler bis morgen Nachmittag abstellen können? Lesen Sie weiter, um herauszufinden, wie.

Alles was Sie von einem Internet Marketing Guru gehört haben, ist falsch. Und zwar mit Absicht falsch. Sie wollen nicht, dass Sie lernen. Lesen Sie weiter und finden Sie heraus, warum.

Ob Sie es glauben oder nicht, aber [bekannte Aussage zu einem Thema] ist falsch. Jeder glaubt das, aber es stimmt nicht. Lesen Sie weiter, um mehr über die schockierende Wahrheit zu erfahren, die man Ihnen vorenthält.

Für Sie ist nichts wichtiger als Ihre Gesundheit. Für *andere* ist Ihre Gesundheit weniger wichtig als Ihr Geld. Erfahren Sie hier, wie Sie fit und gesund bleiben, auch wenn [Firma/Industrie] es nicht wollen.

Geld ist nicht die Wurzel allen Übels. [Branche/Idee] ist es. Lesen Sie, wie [Branche/Idee] Ihr Leben zerstört, Ihre Karriere ruiniert und auf einen Weg der Hoffnungslosigkeit und Verzweiflung führt.

Man braucht nicht Geld, um Geld zu machen. Tatsächlich können Sie Millionär werden mit einer kleinen Investition von \$7. Erfahren Sie hier, wie andere es getan haben – und wie Sie es auch schaffen können.

Ihre momentane Ernährungsweise lässt Sie nicht ab-, sondern zunehmen! Geben Sie sie auf und folgen Sie meinen Ratschlägen. In wenigen Monaten werden Sie die Pfunde schneller loswerden, als jemals zuvor.

Was wäre, wenn Ihr Leben nicht so schwierig wäre? Wenn Geld nicht so knapp wäre? Wenn Sie wohlhabend, glücklich und zufrieden werden würden? Und Sie es erreichen würden, ohne Ihre Arbeitsgewohnheiten zu ändern? Lesen Sie hier, wie.

Im Geschäftsleben sind entweder *Sie* der Narr oder jemand anders. Und wenn Sie nicht wissen, wer der Narr ist, dann sind Sie es.

Alle Unternehmen machen Profit oder gehen unter. Falls Ihr Geschäft keinen Gewinn macht, sollten Sie es untergehen lassen und etwas anderes machen.

Menschen sind entweder geborene Führer oder sie sind es nicht. Wenn *Sie* es nicht sind, werden Sie nie erfolgreich sein im Geschäftsleben.

Ihr Kopf sagt Ihnen, Probleme durch Nachdenken zu lösen. Ihr Bauch sagt Ihnen, zu handeln bevor Sie nachdenken. Finden Sie hier heraus, warum Sie Ihrem Bauchgefühl vertrauen und Ihren Kopf ignorieren sollten.

Wenn Sie nicht [XY] tun, werden Sie letztendlich scheitern. Das mag nicht heute passieren. Das mag nicht morgen passieren. Aber Sie werden scheitern – und ich sage Ihnen, warum.

Beachten Sie, dass jede dieser Überschriften allgemein einem bestimmten Muster folgt. Sie beginnt mit einer Aussage, die den Leser ärgern oder irritieren soll. Es wird versucht, eine allgemeine Überzeugung zu hinterfragen, Denken anzuregen oder etwas zu bezweifeln, das bisher völlig selbstverständlich war.

Natürlich muss es beim Verfassen von Schlagzeilen Ihr Ziel sein, realistisch zu bleiben. Sie müssen Zweifel und Fragen anregen, aber gleichzeitig auch nicht zu umstrittene Aussagen machen, um Ihre Glaubwürdigkeit nicht zu zerstören, noch bevor Sie eine Chance haben, Ihr Anliegen vorzubringen.

Außer durch eine Aussage eine Kontroverse zu erzeugen, müssen Sie zudem versuchen, den Leser weiterzuführen. Sagen Sie ihm, dass er weiterlesen soll, wenn er die Kontroverse gelöst haben will. Oder fordern Sie ihn weiter heraus, so dass er sich veranlasst fühlt weiterzumachen, um mehr zu erfahren.

Insgesamt muss es das Ziel einer kontroversen Überschrift sein, sofort Aufmerksamkeit zu erregen. Wenn das richtig gemacht wird, verringert sich

die Zahl der Besucher, die auf Ihrer Website nur kurz verweilen. Und das sollte genau das Maß sein, mit dem Sie Ihre Resultate messen.

Als nächstes betrachten wir „informative Schlagzeilen“:

Informative Schlagzeilen:

Ein weiteres mächtiges Instrument, um Leser bei der Stange zu halten sind informative Überschriften. Diese Form versorgt den Leser mit einer wichtigen Information, die in sich selbst schon fesselnd ist und ihn veranlasst weiterzulesen. Nachstehend ein paar Beispiele:

Die neuesten Daten sind da und sehen schlecht aus: 95% aller neuen Internet-Geschäftsinhaber scheitern letztendlich und arbeiten wieder für

jemand anderen. Wenn Sie nicht zu dieser Gruppe gehören wollen, müssen Sie hören, was ich Ihnen zu sagen habe.

Die Experten sind sich einig: [XY] funktioniert nicht. Egal wie sehr Sie sich bemühen, und egal wie clever Sie vorgehen, es funktioniert nicht. Was können Sie also tun? Lesen Sie weiter, wenn Sie wissen wollen, wie es ohne [XY] geht.

Im Augenblick ist [Idee oder Technik] der neue König. Wenn Sie nicht wissen warum, dann haben Sie die neue Entwicklung verschlafen. Lesen Sie weiter, wie Sie das neue [Idee oder Technik] nutzen können, bevor es Ihre Konkurrenten tun.

Seit 6 Monaten befindet sich [Markt oder Nische] im Rückgang. In zwei Jahren ist sie vielleicht ganz verschwunden. Finden Sie hier heraus, warum das so ist, und warum es vielleicht profitabel ist, [Markt oder Nische] noch nicht aufzugeben.

Im Moment verlieren Unternehmen in der [Nische] Millionen. Sie machen genau dasselbe wie in der Vergangenheit, aber sie verlieren. Wenn Sie Erfolg haben wollen, müssen Sie die kritische Schwachstelle dieser Unternehmen verstehen.

Wussten Sie, dass [wenig bekannte Tatsache der XY-Nische]? Falls nicht, habe ich vielleicht eine Überraschung für Sie. Dinge ändern sich, und zwar schnell. Springen Sie auf den Zug auf, bevor es zu spät ist.

2/3 aller Geschäftsinhaber in [Nische/Branche] kennen nicht diese einfache Tatsache. Und weil sie sie nicht kennen, haben Sie keine Hoffnung auf Erfolg. Gehören Sie zum Drittel der Elite? Oder sind Sie auf dem Weg zum Scheitern?

Wussten Sie, dass es wahrscheinlicher ist, dass [...], als in der [Nische/Branche] erfolgreich zu sein? Lesen Sie weiter, um herauszufinden, warum das so ist und was Sie dagegen tun können.

Big Businesses sind nicht einfach nur größere Small Businesses. Die Art, wie sie funktionieren, ist völlig anders – und führen zu anderen Resultaten. Wenn Sie Ihr Business wie ein Small Business führen, dann bleiben Sie immer so.

Es kommt hier darauf an, a) eine interessante Information preiszugeben und b) den Leser zu ermuntern, mehr zu erfahren. Wenn Sie beides erreichen, sind Ihre Leser geradezu gezwungen, auch lange nach der Schlagzeile noch weiterzulesen.

Auf der anderen Seite ist es so, dass, wenn es Ihnen nicht gelingt, mit interessanten Informationen zu ködern – oder wenn Ihr Verkaufstext uninteressant ist, gehen die Leser ganz schnell woanders hin. Das Internet ist groß und es gibt viele andere Geschäfte, wo Ihre Leser nach dem gleichen Produkt suchen können.

Direkte Schlagzeilen:

Ein anderer Typ von Überschriften, den Sie anwenden können, ist die „direkte Schlagzeile“. Diese redet nicht lange um den heißen Brei herum, sondern kommt gleich zur Sache. Normalerweise konzentriert sie sich auf einen wichtigen Vorteil oder eine Produkteigenschaft. Nachfolgend kommen einige Beispiele:

Automatisieren Sie Ihre Blog Updates mit unserem neuen System.

Steigern Sie Ihren Traffic um 300% in nur 10 Tagen.

Lernen Sie, Freunde zu finden und andere zu beeinflussen durch 10 einfache Schritte.

Finden Sie heraus, was in Ihren Geschäft vom ersten Tag an falsch gelaufen ist.

Verdienen Sie 100 \$ in den nächsten 7 Tagen oder Geld zurück.

Lernen Sie zu fischen wie die Profis.

Verringern Sie Ihren Hüftumfang um mehrere Zentimeter in 3 Wochen.

Verdreifachen Sie Ihren Profit in einem Monat.

Kochen sie gesünder und leckerer in kürzerer Zeit und mit weniger Aufwand.

Verbessern Sie Ihren Tennisschwung in 5 Tagen oder Geld zurück.

So schaffen Sie weniger Schläge bei Ihrem Golfspiel in 14 Tagen oder kürzer.

Mit diesen 15 Tricks verbessern Sie mit Ihr Gedächtnis und Ihre Konzentration.

Voller Energie und inspiriert den ganzen Tag ohne eine einzige Tasse Kaffee.

Lernen Sie Millionär zu werden und dabei weniger Stunden zu arbeiten.

Arbeite smarter statt härter (Work smarter not harder).

Wie Sie einen besseren Job innerhalb von 3 Monaten bekommen.

Was können Sie aus diesen Beispielen lernen? Kurz gesagt, bei der direkten Methode müssen Sie die Schlagzeile knapp, knackig und fokussiert auf einen einzigen Vorteil oder eine Eigenschaft halten. Vermitteln Sie klar und direkt, was Ihr Leser erwarten kann, wenn er weiterliest und eventuell kauft.

Wenn Sie einen guten Job machen, werden Sie sehen, dass viel mehr Leser den Zweck der Anzeige verstehen, weiterlesen und in Betracht ziehen zu kaufen.

“Wie man” Schlagzeilen

Ein weiterer mächtiger Anzeigentyp sind “Wie man” Überschriften. Der einzige rote Faden, der all diese Überschriften verbindet, ist das „Wie man“. Lassen Sie uns ein paar Beispiele ansehen:

Wie Sie Ihre Gewinne verdreifachen und gleichzeitig weniger arbeiten.

Erfahren Sie, wie Millionäre denken, handeln und Profit machen.

Wie man sich einen Namen in seiner Nische macht und ihn dann benutzt, um Millionen Dollar zu verdienen.

Wie man langsam reich wird: Das Geheimnis, das erfolgreiche Geschäftsleute kennen – im Gegensatz zu Ihnen.

Wie man gesünder, dünner und energievoller in wenigen Wochen wird.

Wie man die Weisheit der Massen nutzt, um Infos über Ihr Produkt zu sammeln.

Wie man sich besser konzentriert, schneller denkt und mehr im Gedächtnis behält: Die 15 wohlgehüteten Geheimnisse mentaler Gesundheit.

Wie Sie Ihrem Kind helfen, das ADD-Syndrom zu überwinden.

Wie man vom Alkohol loskommt: ein 15-Stufen-System.

Wie man abnimmt: Eine von Ernährungsexperten anerkannte Strategie, die Ihre Pfunde purzeln lässt.

Wie man geduldiger wird

Wie Sie Ihren Blutdruck in nur 7 Tagen senken

Wie Sie Stress aus Ihrem Leben verbannen und ausgeglichener werden

Sie haben verstanden, wie es geht: Texten Sie eine Schlagzeile, bei der in irgendeiner Form “Wie man” verwendet wird. Wie Experten bewiesen haben, zieht diese Strategie Käufer an und lässt Leser mehr Zeit auf Ihrer Seite verbringen, bevor sie eine Entscheidung treffen.

Es gibt viele Möglichkeiten, in ein Schlagzeile “Wie man” zu verarbeiten, wobei manche besser sind als andere. Eine gute Methode ist, eine Schlagzeile zu kreieren, die aus einem Satz besteht und mit “Wie man” beginnt. Das hat viel Dynamik und fördert Handlungen.

Ein anderer Ansatz ist, in einer kurzen Überschrift “Wie man” zu verwenden und nach dem Doppelpunkt mit einer Unter-Überschrift weiter auszuführen. Damit das so effektiv wie möglich ist, sollte der Satz vor dem Doppelpunkt allgemein und anreizend sein, und der Satz nach dem Doppelpunkt nachdrücklich und klarstellend.

Fragende Schlagzeilen

Auch sehr effektiv sind Überschriften in Frageform. Um eine solche zu erstellen, müssen Sie eine klare Frage stellen, die den Leser zwingt, über etwas nachzudenken. Hier Beispiele zur Erläuterung:

Wer will auch online Geld verdienen?

Haben Sie sich auch schon gewundert, wie manche in Ihrer Nische Taschen voll Geld machen, während Sie sich mit Dutzenden anderen um die Reste streiten?

Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, wie Sie Ihr Leben verbessern können, ohne das aufgeben zu müssen, das Ihnen am Herzen liegt?

Wer will ein 6-stelliges Einkommen in weniger als einem Jahr haben?

Würden Sie Ihren Traum, Millionär zu werden, aufgeben, wenn das bedeutet, ab morgen wohlhabend zu sein?

Was würden Sie tun, wenn Sie all Ihre Ziele im nächsten Monat erreichen würden? Sie müssen sich nur entscheiden.

Wer will noch seinen Job morgen kündigen? Wenn Sie bereit sind zu lernen, wie Sie finanziell unabhängig werden, sind wir bereit, es Ihnen beizubringen.

Wer will Müll in Vermögen verwandeln? Erfahren Sie in einer 15-teiligen Strategie, wie man anscheinend wertlose Ideen und Produkte über Nacht in Cash verwandelt!

Das Strickmuster ist einfach: Stellen Sie eine Frage, die den Leser zum Nachdenken bringt. Zwingen Sie ihn, sich über etwas Gedanken zu machen, sich ein Szenario vorzustellen, in welchem seine Träume wahr werden, oder etwas zu visualisieren, das zuvor als unmöglich betrachtet wurde. Dieses Gedanken-Experiment hilft ihm, sich auf Ihr Produkt oder Ihren Service zu konzentrieren.

Wie beim Schreiben jeder guten Schlagzeile müssen Sie auch hier vertraut sein mit den Wünschen und Zielen Ihrer Leser. Sie müssen wissen, was sie bewegt, was sie morgens aufstehen lässt, was sie inspiriert und erfüllt. Dann stellen Sie ihnen eine Frage, die diese Dinge im Fokus hat.

Eine gute Frage-Überschrift ist ein mächtiges Instrument. Sie kann Ihnen helfen, dass Leute länger auf Ihrer Verkaufsseite verweilen und somit letztendlich Ihre Umwandlungsrate verbessern. Verwenden Sie sie sorgsam und Sie werden mit jedem neuen Produkt immer und immer wieder davon profitieren.

Befehlende Schlagzeilen

Im Gegensatz zu anderen Schlagzeilenarten, die wir bis jetzt besprochen haben, geht die befehlende Schlagzeile an die Sache anders heran. Sie versucht nicht zu inspirieren oder zu überreden. Sie versucht zu befehlen. Das heißt, sie erteilt dem Leser einen Befehl: “Kaufe jetzt” oder “Handle!”

Denke nicht nach. Tu was. Im Folgenden betrachten wir Beispiele dieser Methode:

Lassen Sie niemanden Ihnen zuvorkommen. Kaufen Sie schnell. Kaufen Sie jetzt. Profitieren Sie sofort!

Nur noch 25 Exemplare übrig. Kaufen Sie jetzt oder Sie verpassen eine große Gelegenheit.

Tragen Sie sich gleich ein, lernen Sie neue Techniken und profitieren Sie unverzüglich.

Bestellen Sie jetzt und Sie finden heraus, wie Sie 60 Pfund in 30 Tagen verlieren.

Geben Sie Ihren unrealistischen Ziele auf und setzen Sie sich neue gleich heute. Erfahren Sie nachfolgend, wie.

Geld verdienen muss nicht schwer sein. Doch Sie müssen wissen, *wie* es geht. Weiterlesen, um mehr zu erfahren!

Überlegen Sie nicht länger, sondern tragen Sie sich ein! Sie zahlen nichts und erhalten sofort Zugang zu einer Fülle an Informationen und Quellen.

Sie können es sich nicht leisten zu warten. Mit jeder Minute, die vergeht, verlieren Sie Geld. Also handeln Sie jetzt. Tragen Sie sich unten ein!

Wenn Sie auch nichts anderes mehr dieses Jahr lernen, erfahren Sie wenigstens, was ich Ihnen zu sagen habe.

Sie sind im Begriff, das Wichtigste zu lesen, das Ihnen in den letzten Jahren untergekommen ist.

Schließen Sie Ihre anderen Browserfenster und lesen Sie dies hier langsam und aufmerksam: Sich in meinen Newsletter einzutragen, könnte das Wichtigste sein, das Sie diesen Monat getan haben.

Hören Sie auf, weiter abzuwägen, tun Sie etwas! Übernehmen Sie die Kontrolle über Ihr Leben und tragen Sie sich sofort ein!
Unternehmen Sie etwas: eintragen, Ihr Geschäft verbessern und profitieren.

Die Idee ist ganz einfach: Erstellen Sie eine Schlagzeile, die die Leute auffordert, etwas zu tun. Erlauben Sie ihnen nicht, darüber nachzudenken, zu überlegen, ob das eine gute Wahl ist oder nicht oder ob es Alternativen gibt. Ermuntern Sie sie, einen Entschluss zu fassen und zu handeln.

Der Maßstab für den Erfolg einer guten Befehls-Schlagzeile ist, ob es den Bestellprozess beschleunigt. Wenn Ihre Überschrift gut ist, werden Sie sehen, dass die Leute kaufen, kurz nachdem Sie Ihrer Verkaufsseite gelandet sind. Wenn Ihre Schlagzeile nicht gut ist, veranlasst Sie Leser nicht stark genug zu kaufen.

Gewinnende Verkaufstexte

In diesem Abschnitt machen wir uns Gedanken über “gewinnende Sätze” im weiteren Sinn. Wir beschränken uns nicht allein auf die Klasse der Schlagzeilen, sondern auch, was im eigentlichen Verkaufsseitentext stehen muss.

Wir werden Bestandteile betrachten, die dazu dienen, Leute zum Weiterlesen anzuregen und intensiver über etwas nachzudenken und ihre Ziele zu überdenken. All dies kann verwendet werden, um einen guten Verkaufsbrief zu erstellen, der Besucher in Käufer konvertiert.

Formulierungen, um die Aufmerksamkeit des Lesers zu erlangen

Das Akronym AIDA wird verwendet, um Neulinge im Texteverfassen zu instruieren, wie es richtig gemacht wird. Das A steht für Attention (Aufmerksamkeit). Das bedeutet, dass eine gute Verkaufsseite damit beginnen sollte, die Aufmerksamkeit des Lesers zu gewinnen. Lassen Sie ihn nicht von Ihrem Produkt abdriften, noch bevor er die Gelegenheit hatte, seine Vorteile kennen zu lernen. Fesseln Sie statt dessen seine Aufmerksamkeit zum Beispiel so:

- Sind Sie bereit, Ihre alten Pfade zu verlassen? Sind Sie bereit für etwas Neues? Wenn Sie bereit sind zu lernen, bin ich bereit zu lehren. Finden Sie heraus, wie Sie Ihr gescheitertes Geschäftsmodell in eine richtige Profitmaschine verwandeln können.
- Es ist an der Zeit, die Vergangenheit hinter sich zu lassen. Egal, warum oder wie sehr Sie gescheitert sind, oder warum Sie es nicht auf die Reihe gebracht haben, das ist alles Schnee von gestern. Heute biete ich Ihnen einen Neuanfang. Nutzen Sie die Chance, folgen Sie meinen Ratschlägen und starten Sie frisch.
- Möchten Sie finanziell unabhängig werden? Es ist nicht unmöglich, es ist in der Tat machbar, falls Sie gewillt sind, sich anzuhören, was ich Ihnen zu sagen habe.
- Wenn Sie Gewicht reduzieren wollen, sind Sie hier am richtigen Platz. Leute in unserem Programm haben 50 Pfund in nur 2 Monaten abgenommen.
- Möchten Sie wissen, wie Sie Ihre Autoversicherungsprämien um 50% kürzen können? Dann lesen Sie weiter, wie Ihnen unser 10-Schritt-System dabei helfen kann, egal wer Ihr Versicherer ist.
- Wollen Sie Ihr Einkommen innerhalb eines Jahres verdreifachen? Das ist möglich und ich kann Ihnen beibringen, wie. Also gehen Sie nicht woanders hin.
- Würden Sie gerne jeden Morgen hochqualitativen Content in Ihrem Postfach haben? Möchten Sie jeden Tag Neues lernen, das Sie mit tollen, profitablen, leicht anwendbaren Ideen versorgt? Dann lesen Sie weiter. Ich habe eine nette Überraschung für Sie.

- Achtung: Ich verkaufe nichts. Ich gebe Dinge gratis her. Wenn Sie Geld ausgeben wollen, gehen Sie woanders hin. Wenn Sie komplett kostenlose Informationen wollen, tragen Sie sich unten ein. Ich würde mich freuen.
- Warnung: Weiterlesen könnte dazu führen, dass Sie erkennen, wie fehlerhaft Ihr derzeitiger Geschäftsplan ist. Wenn Sie weiter dieselben Fehler machen wollen, wie die Jahre zuvor, lesen Sie nicht weiter.
- Wenn Sie etwas ändern und vorwärts kommen wollen, dann lesen Sie...
- Letzte Meldung: Neue Marketing Strategie revolutioniert das Internet Business. Wenn Sie auf dieser Welle des Fortschritts und Gewinns mitreiten wollen, lesen Sie das Folgende...

Kurz gesagt, Ihr Ziel muss es sein, die Aufmerksamkeit des Lesers zu packen. Zwar hat auch die Schlagzeile dieses Ziel, aber oft ist das nicht ausreichend.

Hier kommen die Aufmerksamkeits-Grabscher ins Spiel: Sie können Sub-Schlagzeilen oder einen kurzen Abschnitt verwenden, um den Leser weiter hineinzuziehen. Ihr Ziel in diesem Teil muss sein, irgendeinen Vorteil oder eine Produkteigenschaft herauszuheben.

In den obigen Beispielen haben wir verschiedene Möglichkeiten von „attention grabber“ gesehen. Eine Strategie beginnt dem Satz mit „Letzte Meldung“ oder „Warnung“. Das mag vielleicht etwas lächerlich klingen, aber in vielen Fällen funktioniert es, selbst wenn der Leser es irgendwie komisch findet.

Zusätzlich haben wir “trigger words” angewendet, also Wörter, die eine Reaktion auslösen. Manche ähneln denjenigen, über die wir in Bezug auf die Schlagzeilen gesprochen haben. Das heißt, sie greifen eine Methode aus dem Texten von Schlagzeilen auf, wie z.B. die direkte oder die kontroverse Herangehensweise, aber erläutern es in einem ganzen Absatz ausführlicher.

Nun behandeln wir das „I“ in AIDA.

Formulierungen, um Interesse zu erzeugen

Die nächste Komponente von AIDA ist “Interesse”. Das heißt, sobald Sie die Aufmerksamkeit Ihres Lesers bekommen haben, so dass er auf der Seite

bleibt, müssen Sie alles tun, um ihn für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung zu interessieren.

Im Gegensatz zu dem, was viele Menschen denken, ist Interesse erzeugen etwas anderes, als Aufmerksamkeit gewinnen. Das bedeutet, Ihr Ziel sollte nicht sein, einfach etwas Provokatives oder Cleveres zu sagen, sondern greifbare, wünschenswerte Vorteile zu bieten, die sich Menschen wünschen.

Eine weitere Herausforderung ist, dass Ihr A-Teil (Aufmerksamkeit erregen), wenn er richtig gemacht wurde, unterschiedlichste Menschen angesprochen hat. Daher wird das Herausstellen eines *einzigsten* Vorzuges wieder viele Interessenten verlieren. Aus diesem Grund müssen Sie versuchen, ein halbes Dutzend Vorteile in der Form von Aufzählungspunkten aufzulisten anstatt nur ein bis zwei. Wir zeigen das an den nachfolgenden Beispielen:

Beispiel-Produkt: ein Ebook, mit dem man seinen Golfschwung verbessern kann. Aufzählungspunkte:

- 5 Schläge weniger pro Monat
- Beeindrucken Sie Ihren Chef und Ihre Kunden durch Ihr verbessertes Golfspiel
- Sie schlagen den Ball 20% weiter
- Wie die Verbesserung Ihrer Form und Haltung Dutzende Schläge einspart

- Lernen Sie Geheimnisse, die alle Profigolfer kennen, Sie aber noch nicht

Beispiel-Produkt: eine Anleitung zur Einrichtung eines Aquariums

Aufzählungspunkte:

- Wie Sie Ihr Aquarium mit der richtigen Zusammensetzung von Fischen bevölkern
- Sparen Sie bis zu 200 € an Materialien bei der Gestaltung eines schönen Aquariums
- Dieser eine Tipp kann Ihnen Dutzende Stunden bei der Reinigung des Aquariums ersparen
- Beeindrucken Sie Ihre Freunde mit einer faszinierenden Einrichtung, wie sie es noch nicht gesehen haben
- 5 Strategien, wie Sie Partnerin und Kinder interessiert machen und beteiligen
- Die 50 wichtigsten Dinge, die Sie wissen müssen, bevor Sie Ihr erstes Aquarium planen

Beispiel-Produkt: eine Eintragungsseite für Internet Marketer.

Aufzählungspunkte:

- Verdreifachen Sie Ihre Gewinne in zwei Monaten
- Lernen Sie den einen Trick, der Sie bis Ende des Jahres zum Millionär machen könnte
- Jede Woche neue Tipps, durch die Sie verstehen, was Insider tun – nicht was sie Ihnen sagen, das Sie tun sollen
- Wöchentlich Bonus Video und Audio Content
- Kostenlose Beratung durch mich und meine Mitarbeiter
- Interviews mit legendären Internet Marketer
- Ein Forum, in dem Sie frei mit mir und anderen Mitgliedern kommunizieren können
- Wie Sie schneller mehr Geld verdienen, so dass Sie mehr Freizeit mit Ihrer Familie und Ihren Freunden verbringen können

Beispiel-Produkt: eine Software zur Finanzplanung

Aufzählungspunkte:

- Organisieren Sie Ihr Leben und Ihre Finanzen ab heute
- Sparen Sie mehr, indem Sie Verschwendungsbereiche ausfindig machen und beherrschen Sie Ihre Ausgaben
- Gewinnen Sie Kontrolle über Ihr Leben, indem Sie Ihre Rechnungen richtig verwalten
- Zentralisieren Sie alle Informationen über Zahlungstermine
- Einfache Funktionen, um für Urlaub und größere Anschaffungen zu sparen
- Beginnen Sie die Planung für Ihre Altersvorsorge in kürzester Zeit
- Genießen Sie das entspannte Gefühl, Rechnungen rechtzeitig zu bezahlen und zu wissen, wann neue Rechnungen kommen
- Machen Sie das Leben für Ihre/n Partner/in und Ihre Kinder leichter, indem Sie Ihre Finanzen im Griff haben und Unsicherheit vermeiden

Beispiel-Produkt: Diät und Trainingsanleitung

Aufzählungspunkte:

- Beginnen Sie heute noch abzunehmen
- Wenn es Opfer kostet, schaffen Sie es nicht. Lernen Sie, Gewicht zu verlieren ohne viele Opfer
- Diese leichten Übungen können helfen, mehrere Zentimeter Bauchumfang zu verlieren
- 15 Rezepte, die Ihnen die richtigen Portionen geben und die Sie sich nicht hungrig fühlen lassen nach der Mahlzeit
- 5 Tipps, wie Ihr Partner und Ihre Kinder zusammen mit Ihnen einen gesünderen Lebensstil pflegen
- Eine einfache Strategie, die Sie zu Diät und Training zurückzwingt, wenn es nötig ist

Das sind also die fünf Beispiele, anhand derer Sie lernen können, wie Sie Aussagen formulieren, die Interesse in Ihr Produkt generieren. Es gibt ein paar Dinge, die diese Beispiele gemeinsam haben und die Sie beachten sollten.

Erstens, jedes dieser Beispiele hat Aufzählungspunkte. Das ist kein Zufall. Wenn Sie das Interesse Ihres Lesers einfangen wollen, müssen Sie ihm eine Anzahl kurzer, direkter Vorteile auflisten. Wenn Sie nur 1-2 Gründe bringen, die auch noch über ein oder zwei Abschnitte verteilt sind, verlieren Sie sein Interesse. Darum sind Aufzählungspunkte so wichtig.

Was auch auffällt, ist, dass wir uns normalerweise auf Vorteile konzentrieren, nicht auf Produkteigenschaften. Der Unterschied ist, dass Vorteile vermitteln, was es für gute Eigenschaften gibt. Das heißt, ein effizienteres Produkt zu haben, ist nicht einfach gut, weil es effektiver ist, sondern weil man damit mehr Geld verdienen kann, wodurch man mehr Zeit hat, mit der Familie zu verbringen.

Kurz gesagt, verwenden Sie Aufzählungspunkte und fokussieren Sie auf Vorteile, statt auf Produkteigenschaften. Wenn Sie diese zwei Dinge tun und sie mit Ihrem Produkt und Ihren Interessenten verbinden, funktioniert Ihre Abteilung "Interesse" prima.

Gewinnende Call to Action Formulierungen

Im vorigen Abschnitt begannen wir über die AIDA Methode beim Texten von Verkaufsbriefen zu sprechen. AIDA steht für Attention, Interest, Desire und Action (Aufmerksamkeit, Interesse, Wunsch und Aktion). Wir behandelten zuletzt die Komponenten Aufmerksamkeit und Interesse, nun gehen wir kurz über den Action-Teil.

Was ist also die "Action" in AIDA? Es ist die sog. "Call to Action", die Handlungsaufforderung, die Sie in jedem guten Verkaufsbrief sehen.

Normalerweise ist es eine kurze Phrase, die jemand veranlasst, jetzt etwas zu tun. Wenn es nicht getan wird, verpasst man eine große Gelegenheit.

Warum sind Aufforderungen so wichtig? Weil sie gut funktionieren. Wenn wir die Resultate eines guten Verkaufstextes *ohne* Bestellaufforderung vergleichen mit dem gleichen Verkaufstext *mit* Bestellaufforderung, sehen wir große Unterschiede in der Konversationsrate.

Subtile, unaufdringliche Calls to Action

Eine Klasse von Calls to Action sind die subtilen; sie braten den Leuten keine über, indem sie schreien “Kauf mein Produkt jetzt!” Stattdessen geben sie einen sanften Schubs, der den Leser in die richtige Richtung lenken soll. Diese Handlungsaufforderungen werden häufig in Blogs und Artikeln verwendet, aber auch in Verkaufsbriefen und auf Squeeze Pages (wenn auch weniger häufig). Im Anschluss betrachten wir einige subtile Beispiele, die Sie ebenfalls nach Anpassung verwenden können:

- So, jetzt habe ich Ihnen alles gesagt. Sie wissen nun, was ich verkaufe. Und Sie wissen, ob Sie es brauchen oder nicht: Wenn es die richtige Entscheidung ist, dann treffen Sie sie. Klicken Sie auf den folgenden Button und geben Sie sich die wundervolle Gelegenheit, Ihr Leben zu ändern und auf den Weg zur Freiheit einzubiegen. Lassen Sie nicht zu, dass Trägheit Sie davon abhält, Ihr Leben nachhaltig zu verbessern!
- Sie stecken seit Jahren fest. Sie haben sich sehr bemüht, den Durchbruch zu schaffen, aber letztendlich haben Sie wenige Fortschritte gemacht. Heute biete ich Ihnen einen Durchbruch an. Ich sagen Ihnen, wie Sie endlich alles ändern können, für das Sie bisher gekämpft haben. Also nehmen Sie mein Angebot an. Gönnen Sie sich diesen Durchbruch und bringen Sie sich voran.

- Haben Sie sich jemals vorgestellt, wie es wäre, einen Tag an der Stelle eines anderen Menschen zu verbringen? Jemand, der erfolgreich und
- respektiert in Ihrer Branche ist? Jemand, dessen Erfolg Sie erhofften, eines Tages nachzuahmen? Nun, das können Sie. Und Sie wissen genau, wie. Also verschwenden Sie nicht Ihre Zeit und treffen Sie die richtige Entscheidung.

Motivierende Calls to Action

Im Gegensatz zu subtilen und direkten Kaufaufforderungen konzentrieren sich motivierende Calls to Action darauf, jemanden zu überzeugen, dass es mehr über eine Idee oder ein Produkt nachdenkt. Es muss nicht Ihre Idee oder Ihr Produkt sein. Aber es muss so viel Einfluss haben, dass es wahrscheinlicher ist, dass gekauft wird. Schauen Sie sich die folgenden Beispiele an:

- Es ist egal, wie Sie es tun, Hauptsache ist, dass Sie etwas tun. Wenn Sie mehr Zeit verbringen wollen mit der Familie, und wenn Sie mehr Geld für die Familie ausgeben wollen, dann müssen Sie etwas tun. Sie müssen Ihr Leben zum Besseren ändern. Also überlegen Sie sich, was Sie als nächstes tun und wie Sie es tun – es liegt ganz bei Ihnen.
- Ich will Ihnen nicht vorschreiben, wie Sie Ihr Leben führen sollen. Ich will Ihnen auch nicht erzählen, welche Produkte Sie kaufen müssen. Das sind Entscheidungen, die Sie mit sich selber ausmachen müssen. Aber was ich Ihnen sage, ist, dass Sie immer Maßnahmen ergreifen sollten, um Ihr Leben zu verbessern – welche auch immer das sind. Falls Sie schon bereit sind, den nächsten Schritt zu machen – und wenn Sie denken, mein Produkt kann Sie dahin bringen – dann machen Sie es unbedingt. Lassen Sie nicht zu, dass Unentschlossenheit und Trägheit Ihnen die Zukunft verbaut, die Sie verdienen.

- Egal wie Sie sich momentan fühlen, Sie wissen genau, dass Sie die Fähigkeiten und das Talent haben, emporzusteigen. Um eine bessere Person zu werden. Um eine stärkere Person zu werden. Um Ihr Leben zu ändern. Ich sage Ihnen: Ob mit meinem Produkt oder dem Produkt von jemand anderem oder durch Ihr eigenes System spielt keine Rolle, aber starten Sie jetzt. Warten Sie nicht, dass Dinge sich ändern. Ändern Sie sie selber!
- So. Nachdem Sie so viel gelesen haben, ist es Zeit, eine Entscheidung zu fällen: Kaufen oder nicht kaufen. Sie wissen, was ich will: Ich möchte, dass Sie kaufen. Aber wenn ich Ihr Freund wäre, würde ich Ihnen diesen Rat geben: Lassen Sie die Verkaufsseite offen und treten Sie einen Schritt zurück. Fragen Sie sich selbst, ob Sie das Produkt brauchen. Fragen Sie sich selbst, ob es ein integraler Bestandteil für Ihren Erfolg als Geschäftsmann und als Mensch ist. Falls ja, dann zögern Sie nicht und bestellen. Nutzen Sie dieses Angebot und dieses großartige Produkt, bevor es vorübergeht.
- Wenn Sie nichts aus diesem Werbetext entnehmen, dann aber wenigstens dies: Es ist höchste Zeit, eine Motivation zu bekommen und Dinge zu ändern. Sie haben meiner Botschaft lange bis hierher zugehört, weil Sie wissen, dass Sie etwas ändern müssen. Also zögern Sie es nicht hinaus. Egal, was Sie jetzt tun, aber tun Sie etwas!

Direkte Calls to Action

Im Gegensatz zu den beiden anderen Arten von Handlungsaufforderung sind direkt Calls to Action genau das: direkt. Sie sind kurz, konzentriert und unnachgiebig. Sie sagen dem Leser unmissverständlich, was das Nächste ist, das er tun muss: kaufen – nicht überlegen. Und falls nicht, wird er es mit Sicherheit bedauern. Die folgenden Beispiele zeigen genau dies:

- Nachdem Sie alles gelesen haben, wissen Sie genau, dass dies die richtige Wahl ist. Das Einzige, das noch zu tun bleibt, ist kaufen. Also zögern Sie nicht, warten Sie nicht, debattieren Sie nicht. Kaufen Sie jetzt. Klicken Sie den nachfolgenden Button.
- Ich erzähle Ihnen nicht, dass dies ein One-Time-Offe (einmaliges Angebot) ist. Und dass Sie es nie wieder zu Gesicht bekommen. Das wäre eine Lüge. Aber keine Lüge ist, dass Sie ein Narr wären, wenn Sie dieses Angebot sausen lassen würden. Mit jedem Tag, wo Sie mein System nicht haben, verlieren Sie bares Geld. Also zögern Sie nicht und klicken Sie den folgenden Button. Falls Sie nicht zufrieden sind, bekommen Sie Ihr Geld zurück.
- Im Moment schwirrt es in Ihrem Kopf vor lauter Gedanken und Ideen. Erlauben Sie mir, alles wieder klar zu machen: Kaufen Sie, und kaufen Sie jetzt! Verlieren Sie keine Zeit. Sie wissen, dass das die richtige Entscheidung ist, also klicken Sie auf den folgenden Button und ändern Sie alles von heute an.
- Wir haben alles gesagt, was es zu sagen gibt. Wir haben über alle Vorteile gesprochen. Sie wissen: Es ist die richtige Wahl, also bestellen Sie jetzt. Klicken Sie hier:
- Die Zeit zum Kaufen ist gekommen. Kein Debattieren, kein Grübeln über die Optionen und hindern Sie sich auch nicht selbst daran, vorwärts zu kommen. Wenn Sie nicht 100% zufrieden sind mit meinem Produkt, bekommen Sie Ihr Geld komplett zurück. Ja: Ich übernehme alle Risiken und erlaube Ihnen, einen risikolosen Kauf zu machen. Also los! Kaufen Sie jetzt.
- Es ist Zeit voranzukommen. Es ist Zeit, alles zu erreichen, was das Leben Ihnen bietet. Hören Sie auf, Mutmaßungen anzustellen und sich selber Gelegenheiten zu verweigern. Klicken Sie unten auf den

Button, um Ihr Leben zu verbessern, kommen Sie Ihren Zielen näher, werden Sie der, der Sie sein wollen.

Hier haben Sie sie: Die sechs Wege, Menschen mit Nachdruck zum Kaufen zu ermuntern. Die Details müssen Sie auf Ihren jeweiligen Fall anpassen, damit es zu Ihrem Produkt und zu Ihrer Kundschaft passt. Aber die Idee bleibt die selbe: Sagen Sie ihnen, dass sie kaufen sollen und erklären Sie ihnen die Konsequenzen, wenn Sie es nicht tun. Wenn es angebracht ist, erklären Sie ausführlich, was sie verlieren, wenn sie sich entschließen, nicht zu kaufen.

Gewinnende Formulierungen – Allgemeiner Gebrauch

„Gewinnenden Formulierungen“ spielen außer beim Gebrauch in Verkaufstexten auch sonst beim Schreiben eine wichtige Rolle. Wenn Sie beispielsweise in Foren posten oder Newsletter versenden, können die richtigen Formulierungen den Unterschied machen, ob Menschen inspiriert werden zu handeln und von Ihnen kaufen – oder ob Ihre Posts unbeachtet bleiben.

Wir betrachten nun die verschiedenen Gelegenheiten, bei welchen Sie diese Phrasen am besten verwenden können.

Blog Posts

Bei Blog-Posts ist der Einsatz von “gewinnenden Formulierungen” ein Muss. Natürlich brauchen Sie auch hochqualitativen Content, aber darüber hinaus müssen Sie Leser veranlassen, Entscheidungen zu treffen und zu handeln. Im Anschluss schauen wir uns einige “gewinnende

Formulierungen” an, die Sie auch verwenden können, um Blog-Leser zu ködern:

- Wenn Ihnen gefallen hat, was Sie heute auf meinem Blog gelesen haben, sollten Sie Teil der Community werden. Fügen Sie mich Ihrem RSS Feed Reader hinzu. Und hinterlassen Sie Kommentare. Ich freue mich, mich mit Ihnen zu unterhalten.
- Bevor Sie diese Seite verlassen, tragen Sie sich doch in meinen Newsletter ein. Wenn Ihnen dieser Content gefallen hat, werden Sie auch sehr von dem täglichen Content profitieren und auch von den Boni.
- 10% der Leute, die diesen Eintrag lesen, tragen sich auch in meinen Newsletter ein und bleiben jahrelang Abonnenten. Diese 10% haben mehr Erfolg als die anderen. Tun Sie sich einen Gefallen und schließen Sie sich dieser Elite an.

Forum Posting

Allgemein gilt, dass der Gebrauch von Verkäufersprache in Foren schlecht ankommt. Das ist doppelt wahr auf Marketing Foren. Die Leute betrachten Sie sofort als jemand, dem nicht getraut werden kann und der in erster Linie daran interessiert ist, Leute trickreich zum Kauf von Produkten oder Services zu verführen.

Aber es gibt einen wichtigen Ort, wo Sie gewinnbringende Sätze und Verkaufstext in Foren verwenden können: in Ihrer Signatur. Das ist richtig: Alle guten Signaturen sollten 1-2 Zeilen soliden, klar entwickelten Verkaufstext enthalten. Hier will ich ein paar mögliche Formulierungen betrachten, die Sie verwenden könnten:

Beispiel-Produkt: ein Ebook über die Verbesserung des Schwimmstils
 Formulierung: Wenn es um Wettkampf-Schwimmen geht, zählt nur, von einem Ende zum anderen zu gelangen. Hier erfahren Sie, wie Sie dies 10% schneller tun können oder Sie bekommen Ihr Geld zurück.

Beispiel-Produkt: ein Ebook über Schnäppchen bei Autohändlern

Formulierung: Käufer, die unsere Technik nutzten, sparten 500 \$ vom Originalpreis. Verkäufer schlugen Hunderte mehr heraus bei der Inzahlungnahme. Kennen Sie die Geheimnisse, wie man mit Autohändlern feilscht?

Beispiel-Produkt: ein Ebook mit Quellen für Gratisprodukte aller Art.

Formulierung: Wie wäre das, wenn Sie alles, das Sie sich schon immer wünschten, umsonst bekämen? Kaufen Sie mein Ebook für nur \$15 und ich verrate Ihnen, wie Sie alles gratis erhalten.

Beispiel-Produkt: ein Ebook über die Verbesserung des Schwungs beim Golfen.

Formulierung: Spielen Sie morgen Golf mit Ihrem Boss? Finden Sie noch vor dem Schlafengehen heraus, wie Sie weniger Schläge brauchen.

Beispiel-Produkt: Internet Marketing Ebook.

Formulierung: Sind die den ganzen Hype und die vielen Gurus leid? Sind Sie bereit für eine jahrhundertealte Methode... die auch funktioniert?

Klicken Sie auf den folgenden Link.

Ich will nicht noch weitere Beispiele bringen, denn Sie haben sicher schon erkannt, worauf es ankommt: Seien Sie kurz, direkt und klar. Versuchen Sie mit großem Nachdruck die Aufmerksamkeit des Lesers zu erhalten und leiten Sie ihn, unter Hinweis auf einen besonderen Vorteil, zu Ihrem Produkt.

Gewinnende Wörter

In diesem Ebook geht es nicht nur um gewinnende Sätze, sondern auch um gewinnende Wörter, wie der Titel schon versprach. Sicher, gewinnende Sätze sind nichts anderes als Gruppen von gewinnenden Wörtern, aber es gibt etwas Wichtiges im Bezug auf Wörter, das Sie verstehen müssen: In

Verkaufstexten sind manche Wörter nützlich, um das Ziel zu erreichen, während andere kontraproduktiv sein können.

In diesem letzten Abschnitt schauen wir uns Wortlisten an, die die Tendenz haben, gewisse Ziele zu erreichen. Manche zum Beispiel versetzen den Leser in einen Zustand des Wohlbefindens. Andere erregen ihn. Und wieder andere lösen eine Aktion aus – jede Aktion. All die Wörter fallen unter den Oberbegriff “psychologische Trigger” (psychologische Auslöser) – oder Wörter, die eine spezielle Reaktion bei Menschen auslösen. Schauen wir uns diese Listen näher an:

Wörter, die positive Emotionen auslösen

Antrieb geben, Auftrieb geben, Energie geben
steigern, ankurbeln, fördern
erfrischen
revitalisieren, (neu) beleben
freundlich
teilnehmend
dynamisch, pulsierend, lebhaft
stark
Verständnis, verständnisvoll
überwinden, bezwingen, bewältigen
Erfolg, Erfolg haben, gedeihen, blühen, florieren
behutsam, sanft, zart
Macht, Kraft, Leistung
erreichen, erringen, verwirklichen, vollbringen
intelligent
glänzend, strahlend
farbenfroh, bunt
aufmerksam, bedacht, umsichtig
positiv
Zufriedenheit, Behagen, Wohlbehagen

glücklich
Gesundheit

Wörter, die Neugierde auslösen

verboten
illegal
geheim
Tabu
Verborgen
heimlich
unsichtbar
versteckt
enthüllt

Wörter, die eine Aktion auslösen (inklusive Verkauf)

explosiv
wissenschaftlich erwiesen
dringend
gratis, kostenlos
profitabel
begrenzte Zeit
Deal
bewiesen
getestet
Experte
leicht
einfach
Geld
fruchtbar, ergiebig
Schließung
Ende
Aktion

kaufen

faul

Natürlich gibt es noch viele Wörter mehr, die Gefühle erzeugen und Verkäufe generieren; diese Listen nennen Ihnen zumindest die wichtigsten, die Sie benötigen, um gute, gewinnende Sätze zu bilden.

Wenn Sie also das nächste Mal einen Verkaufstext schreiben, denken Sie genau darüber nach, welche psychologischen Trigger Sie einsetzen und an welcher Stelle. Damit verbessern Sie nachweislich Ihre Umwandlungsrate.

Schlusswort

Im Verlauf dieses Ebooks haben wir das ganze Spektrum gewinnbringender Wörter und Sätze diskutiert. Wir haben über Ihren Gebrauch in Verkaufsseiten gesprochen – und über die Komponenten der AIDA-Methode. Darüber hinaus haben wir ihren allgemeinen Gebrauch behandelt, um die Response auf Blog-Beiträge und auf Foren-Signaturen zu verbessern. Schließlich haben wir noch Wortlisten geliefert, die bei Werbetexten Anwendung finden können, um stärkere Rücklaufraten zu generieren.

All diese Gebrauchsmöglichkeiten von gewinnenden Sätzen sollten stets beachtet und bei Ihren Werbeaktivitäten im Alltag angewendet werden. Sie helfen Ihnen nicht nur, mehr Verkäufe zu erzielen, sondern Sie helfen Ihnen auch, sich auf das zu konzentrieren, wonach der Kunde am meisten sucht (und auch, dass ihm gesagt werden muss, dass er kaufen soll).

So, nachdem nun alles gesagt ist, ist es Zeit für Sie, an die Arbeit zu gehen. Machen Sie den nächsten Blog Post – und verarbeiten Sie einige gewinnende Sätze, die Leute zur Eintragung Ihres Newsletters dirigieren. Oder bearbeiten Sie Ihre bereits bestehenden Verkaufstexte, damit sie Besucher besser konvertieren. Was auch immer Sie tun werden, wenden Sie diese Techniken an!