



Checkliste für Deine Verkaufstexte

Passt der Text zum Kunden?

- An WEN schreibst du? WER ist dein Kunden-Avatar?
- Alle Argumente aus Kundensicht?
 - Was wünscht sich dein Kunde? (Achte auf häufige Kundenfragen.)
 - Was gewinnt der Kunde durch dein Angebot?
- Persönliche Ansprache. (Statt: „Für unsere Kunden...“ lieber: „Für Sie...“)
- Mehr „Sie“ statt „Wir“.
- Klingt dein Text natürlich wie ein Gespräch? (Am besten laut lesen).
- Ist dein Text klar und frei von:
 - Füllwörtern?
 - Konjunktiv, (*würden, hätten, könnten*)?
 - Hilfsverben, (*wollen, dürfen, möchten*)?
 - Komplizierten *Substantiven*, die mit *-heit, -ung, -ive, -schaft, -ung, -tum, -ismus, -ion* enden?
 - Bandwurm-Schachtelsätzen? (1 langen Satz in 2 kurze Sätze aufteilen.)
 - Fachchinesisch?
 - Abkürzungen?

- Viele Verben einsetzen. (Zeigen dich als Macher!)

Statt: „*Leichte Reinigung*“ lieber „*kinderleicht zu reinigen.*“

- Kraftvolle Wörter einbauen.

Achtung, endlich, weil, Wie Sie, jetzt, neu, leicht, bequem, sicher, schön, garantiert, gut aufgehoben, kostenfrei, exklusiv, überraschend...

Text-Struktur

- Text nach A-I-V-A Formel aufgebaut?

- Aufmerksamkeit – (Attention)

- Zündender Titel, (sollte Nutzen versprechen, genau und einzigartig sein).

- Interesse wecken - (Interest)

- Einstieg: Kundenproblem ansprechen. („*Ah, der/die versteht mich!*“)

- Verlockung

- Dein Angebot als DIE rettende Lösung des Kundenproblems.

- Dein Alleinstellungsmerkmal,(Unique Selling Point- USP).

Welchen besonderen Vorteil/Mehrwert genießt dein Kunde *nur* bei dir?

- Mindestens 1 Hauptvorteil.

- Mindestens 1 Hauptversprechen, (tiefsten Kundenwunsch erfüllen).

- Handfeste Kundenaussagen, um skeptische Kunden zu überzeugen.

- Mit Garantien Sicherheit geben.

- Action

- Klar den Preis nennen.
- Mit begrenztem Angebot oder knappen Terminen dein Angebot dringlich machen.
- Kurze Absätze von max. 7 Zeilen, danach Leerzeile.
- 1. Absatz nach Titel im Einstieg mega kurz. Nur 1 Zeile mit fesselndem Einstieg.
- Kurze Sätze. Aus 1 langem Satz 2 kurze Sätze machen.
- Nur ein Gedanke pro Satz.
- Längeren Text in knackige Zwischen-Überschriften aufteilen.
- Mehrere Fakten bzw. Vorteile in Aufzählungspunkte gliedern.
- Ist die Anzahl der Aufzählungspunkte ungerade? (also 3, 5 oder 7)?
- Konkrete Zahlen.
Statt: *„Ihr neues Dach ist schnellstens fertig“* lieber: *„Ihr neues Dach ist in nur 1 Woche fertig.“*
- Zahlen und Fakten in Vorteil verpacken.
„23 g Gewicht“ in: *„federleichte 23 g“*,
„3 mm Durchmesser“ in: *„Mit nur 3 mm Durchmesser dünner als ein Bleistift. Passt in die kleinste Hosentasche!“*

Du brauchst Hilfe bei Deinen Verkaufstexten?

So erreichst Du mich:

Simone Domahs

Telefon: 03523 531 93 49

Email: simo@simo-werbetext.de



Deine wöchentliche Textspiration für mehr Wunschkunden

Simone Domahs