

Spickzettel Verkaufstexte

Sprungziele: (STRG+Klick): [Headlines](#), [Nutzen](#), [Formulierungen](#), [Ideen](#), [CTA](#), [PS](#)

Headline/Einstieg

Erstelle hier ca. 20 Überschriften. Manche davon werden später zu Sub-Headlines.

Vorteil: WIE du (X) erreichst, ggf. noch ergänzen: auch wenn(Y) / ohne zu (Y)

Wie du ein 3-Gänge-Menü zauberst, auch wenn du in der Küche 2 linke Hände hast.

Wie du X Kilo in Y Zeit abnimmst, ganz ohne Sport

Kundenzitat: „(X) ist das Beste, was mir je passiert ist! Und ich hab sie alle ausprobiert...“

Problemzentriert: „Endlich kein Lampenfieber mehr! Profi-Tricks, die Dir helfen, vor großem Publikum zu reden.“

Wenn – dann: Wenn du deine alten Möbel nicht mehr sehen kannst, dann hilft dir Möbelhaus X mit einem Raum-Konfigurator, der deinen Geschmack – und dein Budget – trifft.

Vermeide unnötiges Scrollen und arbeite mit Hyperlinks: Anleitungen im Netz! z. Z. der Erstellung ist diese 3-Min-Anleitung erhältlich: <https://www.youtube.com/watch?v=VPWhaCFT7XA> Bei Word heißt die Funktion

Eigenschaft/Vorteil/emotionaler Vorteil

Zähle ALLES auf, was dir in den Sinn kommt, versuche, den Vorteil zu finden UND den (emotionalen) Vorteil dahinter:

Beispiel: Maurerbleistift

Gelb	Sticht unter anderem Werkzeug hervor	Kein nerviges Suchen, zügiges Arbeiten macht Spaß
Ovaler Querschnitt	Rollt nicht weg, kann hinters Ohr geklemmt werden	Immer sofort zur Hand, schneller Feierabend
Bruchsichere Mine	Kein unnötiges Anspitzen	Hält länger, spart Geld, spart Zeit

Formulierungen

Hier ist der Ort, wo du hintereinander weg alle Formulierungen notieren kannst, die dir in den Kopf schießen, damit sie dir nicht verlorengehen

Ideen

Hier notiere Ideen zum Einstieg, zur Form, zum PS, alles, außer Headlines und Einzelformulierungen.

CTA (Handlungsaufforderung)

Tel: +49 7272-6040 Mobil: 01525 352 351 3

<https://professionelle-werbetexte.de/profi-textoptimierung>

Notiere hier Formulierungen, die deinen Leser bewegen sollen, die von dir gewünschte Aktion durchzuführen: (Kauf, Anruf, Webseitenbesuch, E-Mail...)

PS: Ein PS ist die meistgelesene Stelle nach der Headline. Wiederhole Wichtiges wie Hauptvorteil oder Termine.

JETZT TEXTEN: TEXTAUFBAU

Vermeide Scrollen, indem du deinen fertigen Text in eine neue Datei schreibst, während diese hier offen ist.

- ◆ Beste Headline
- ◆ Einstieg/Einleitung
- ◆ Zwischenüberschriften, die zum Weiterlesen verführen
- ◆ Argumentation (u. a. mittels Aufzählungsliste)
- ◆ Angebot konkret : Menge, Termin(e), Preis, ggf. Enddatum, ggf. Boni
- ◆ CTA
- ◆ PS

CHECKLISTE

Zum Schluss mach einen Check:

- ✓ Kein Verzetteln? Läuft alles nur auf 1 CTA hinaus?
- ✓ Gibt es einen roten Faden, der sich durch den Text zieht, damit der Leser nicht versucht ist, wegzuklicken?
- ✓ Ist dein Angebot so klar, dass jemand, der nicht besonders versiert ist, es auch bestellen könnte?
- ✓ Ist dein Text so lang wie nötig, so kurz wie möglich (höchstens 25 Wörter in 1 Satz, Höchstens 4-6 Zeilen pro Absatz)?
- ✓ Ist Wichtiges hervorgehoben (z. B. fett), so dass Scanner-Leser Augenhaltunkte haben?
- ✓ Beflügelt dein Text die Vorstellungskraft deines Lesers?
- ✓ Gibt es vertrauensbildende Elemente, z. B. Beweise / Garantien?
- ✓ Fehler sind nicht immer vermeidbar, sie wecken aber auch kein Vertrauen: Mach die Rechtschreibprüfung!
- ✓ Ultimativer Test: Drucke deinen Text aus und lies ihn am nächsten Tag noch mal kritisch durch.

© Martina Roters, Vervielfältigen untersagt; nur zum persönlichen Gebrauch