



Teil 3

# 30 Fragen für Unternehmer

Fragen, die Sie sich stellen sollten,  
BEVOR Sie eine Werbeaktion starten

# Die Checkliste

Nachfolgende Fragen geben Ihnen Orientierung bei der Bewertung Ihrer Werbetexte. Natürlich treffen nicht immer alle Fragen auf alle Texte gleichermaßen zu. Doch der erfahrene Texter weiß, dass es auf den richtigen Mix für die passende Zielgruppe ankommt.

- ▶ Verkaufen Ihre Werbeunterlagen und wenn ja/nein, woher wissen Sie das?
- ▶ Gehen Sie Ihre Texte durch, markieren Sie mit einem gelben Leuchtmarker alle kundenorientierten Aussagen und mit einem orangenen Leuchtmarker kennzeichnen Sie bitte alle unternehmensorientierten Aussagen. Welche Farbe dominiert?
- ▶ Sprechen, schreiben, denken und handeln Sie kundisch?
- ▶ Was wissen Sie über Ihre Kunden und was wissen Ihre Kunden über Sie?
- ▶ Nutzen Sie eine bildliche Sprache, die auf direktem Wege Kunden emotional anspricht?
- ▶ Ist Ihr Angebot für Ihre potenziellen Kunden relevant und wird ein wichtiger Eindruck hinterlassen?
- ▶ Ist die sprachliche Verpackung Ihrer Angebote, Produkte oder Dienstleistungen für Ihre potenziellen Kunden attraktiv und „richtig lecker“?
- ▶ Bauen Ihre Texte beim potenziellen Kunden eine gewisse Erwartungshaltung auf?
- ▶ Werden die wirklich wichtigen und markanten Produkteigenschaften und der daraus resultierende Nutzen so intensiv herausgestellt, dass potenzielle Kunden auch wirklich erkennen, wie sie profitieren werden?

- ▶ Erfahren die Kunden, was sie als Nächstes tun müssen, um in den Genuss der geschilderten Vorteile zu kommen?
- ▶ Wie wird vermittelt, was andere Kunden über Ihr Produkt, Ihr Angebot oder Ihre Dienstleistungen sagen?
- ▶ Wie lassen Sie die Ziele, Wünsche und Träume Ihrer Kunden Wirklichkeit werden?
- ▶ Welche Konsequenzen erleben Ihre Kunden, wenn sie sich GEGEN Ihr Angebot entscheiden?
- ▶ Nutzen Sie in Ihren Angeboten künstliche Verknappungen an Zeit, Menge, Inhalt oder Preis?
- ▶ Welche Boni oder Zugaben gewähren Sie Ihren potenziellen Kunden?
- ▶ Haben Sie Bonus-, Punkte-, Rabatt- oder Provisionsprogramme aufgebaut?
- ▶ Wie sieht Ihre Preisgestaltung aus, ist diese für Ihre Kunden verständlich, transparent und nachvollziehbar?
- ▶ Welche Rabatt- und Preisaktionen führen Sie durch, wie werden diese wahrgenommen und wie begründen Sie diese?
- ▶ Welche Garantien geben Sie, so dass Ihr Kunde ein möglichst geringes Risiko eingeht, wenn er sich für Sie, Ihr Unternehmen, Ihre Produkte oder Angebote entscheidet?
- ▶ Welche Angebotspakete bieten Sie, damit sich Kunden nicht für oder gegen etwas entscheiden müssen, sondern zwischen Alternativen wählen können?
- ▶ Womit wird Ihr Angebot verglichen?
- ▶ Welche Alternativen stehen Ihren potenziellen Kunden noch zur Auswahl?
- ▶ Wie kommunizieren Sie die zu erwartenden Ergebnisse Ihrer Produkte oder Dienstleistungen?
- ▶ Wie erregen Sie Aufmerksamkeit mit Ihrem Angebot?

- ▶ Machen Sie es Ihren Interessenten so einfach wie nur irgend möglich, zu Kunden zu werden?
- ▶ Wie spielen Sie mit den zentralen Entscheidungsfaktoren Profit, Sicherheit, Ansehen, Annehmlichkeit und Freude geben?
- ▶ Was hält Ihre Kunden nachts wach und lässt sie vor Sorgen an die Decke starren?
- ▶ Welche zentralen Regeln, Werte und Glaubenssätze gibt es in Ihrem Unternehmen und wie werden diese kommuniziert?
- ▶ Für wen sind Ihre Texte geschrieben?
- ▶ Wie werden die unterschiedlichen Lesertypen angesprochen?
- ▶ In welchem Markt spielen Sie, welche Marktregeln gibt es und an welchen Stellen werden diese innovativ und wirkungsvoll gebrochen?

Das sind einige der Fragen, die ich bei der Erstellung von verkaufstarken Werbetexten stelle. Und ich habe noch sehr viel mehr Fragen, Ansätze und Strategien, damit Werbetexte ihre maximale Wirkung entfalten. Doch das würde hier an dieser Stelle zu weit führen.

# So profitieren Sie von meinem Wissen, meiner Erfahrung und meinen Ideen ...

Aus rund 30 Jahren Berufserfahrung weiß ich, dass es keine universellen Lösungen für individuelle Herausforderungen gibt.

Wenn Sie mich als Coaching- und Lösungspartner für Ihr Unternehmen gewinnen und so von meinem Wissen und meiner Erfahrung profitieren wollen, dann zögern Sie nicht und rufen Sie mich jetzt an.

Lassen Sie uns einfach, schnell und unkompliziert alles Weitere abstimmen und herausfinden, welche Lösung für Sie am besten passt und an welchen Punkten ich am wirkungsvollsten agieren kann.

## **Es ist ganz einfach:**

- ▶ Greifen Sie jetzt zum Telefon und wählen Sie **0151.23 42 87 51**

oder

- ▶ senden Sie mir eine E-Mail an **post@marc-perl-michel.de**.

Ich freue mich auf eine neue Herausforderung mit Ihnen, für Ihr Unternehmen und damit auch für Ihre Kunden.

Ich freue mich auf Sie. Bis dahin wünsche Ihnen alles Gute und maximale Erfolge bei allen Ihren Vorhaben.