

Werbebriefe erfolgreicher machen

Warum kostenlose Vorlagen für Werbebriefe Sie viel Geld kosten

Kostenloses PDF zum Download



1. Preis beim Wettbewerb „Beste Online–Pressemitteilung 2013“ und Texterpreis 2011 vom Bundesverband professioneller Werbetexter Deutschland e.V.

Warum kostenlose Vorlagen für Werbebriefe Sie viel Geld kosten

Ein Gratis-Werbebrief ist alles andere als kostenlos. Erfahren Sie, warum das so ist und wie Sie es besser machen.



1. Preis beim Wettbewerb „Beste Online-Pressemitteilung 2013“ und Texterpreis 2011 vom Bundesverband professioneller Werbetexter Deutschland e.V.

Warum kostenlose Vorlagen für Werbebriefe Sie viel Geld kosten

Geschenkt ist noch zu teuer. Das gilt insbesondere für Werbebriefe. Warum Sie kostenlose Musterbriefe letzten Endes teuer bezahlen, lesen Sie hier.

Ein sorgfältig geplantes Mailing verdient einen einzigartigen Text. Wenn Sie einen Werbebrief versenden wollen, planen Sie die Mailing-Aktion vorher gründlich. Welche Kunden wollen Sie anschreiben? Woher beziehen Sie neue Adressen und wie grenzen Sie die Zielgruppe ein. Welches Angebot wollen Sie aktiv bewerben?

Eventuell verschicken Sie mit dem

Werbebrief noch eine Visitenkarte oder sogar einen Flyer. In jedem Fall aber zahlen Sie Geld für Papier, Druck, Briefumschläge und Porto. Dazu kommt noch Ihre Arbeitszeit von der Vorbereitung bis zum Versand der Werbebriefe. Wollen Sie dann wirklich am wichtigsten Element Ihres Mailings sparen? Ausgerechnet am Text?

Warum eine Gratis-Vorlage sogar den Erfolg Ihrer Mailing-Aktion gefährden kann

Muster-Werbebriefe, die für verschiedene Branchen kostenlos zur Verfügung gestellt werden, sind

sehr allgemein gehalten. Das liegt in der Natur eines Musterbriefes. Bei einem Werbebrief aber kommt es gerade darauf an, Ihre einzigartigen Verkaufsargumente, auch Unique Selling Proposition (USP) genannt, herauszustellen. Nur so heben Sie sich von Ihren Mitbewerbern ab, die im schlimmsten Fall dieselbe kostenlose Vorlage verwenden.



1. Preis beim Wettbewerb „Beste Online-Pressemitteilung 2013“ und Texterpreis 2011 vom Bundesverband professioneller Werbetexter Deutschland e.V.

Daran sehen Sie, wie wichtig es ist, sich von Mitbewerbern abzugrenzen. Eine Gratis-Vorlage für Werbebriefe bewirkt genau das Gegenteil – es schert alle Anbieter über einen Kamm. Dadurch besteht die Gefahr, dass mit einem kostenlosen Musterbrief all Ihre Bemühungen und all Ihr wirtschaftlicher Einsatz wirkungslos bleiben. Die gewünschte Response stellt sich nicht ein. Noch schlimmer: Die Adressen, an die Sie die Werbebrief-Vorlage geschickt haben, sind erst einmal verbrannt.

Die Lösung für clevere Rechner ist ein individuell erstellter Text für Ihren Werbebrief

Wenn Sie bei mir einen Werbebrief in Auftrag geben, führen wir zunächst ein ausführliches Briefing durch. Ich frage Sie zum Beispiel danach, was Ihre Angebote und Leistungen von denen Ihrer Mitbewerber unterscheidet.



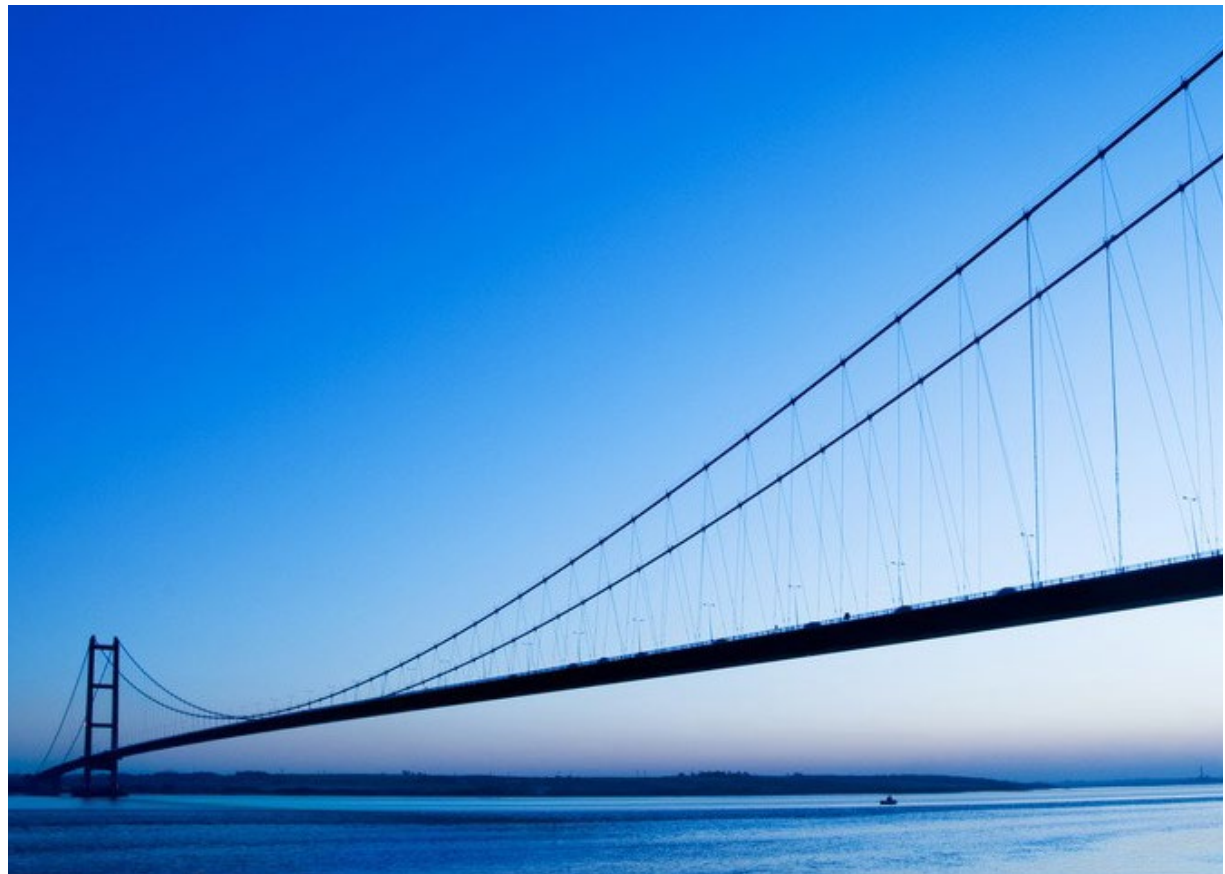
Aufwerten können Sie den Werbebrief mit einer Visitenkarte, einem Flyer oder einem kleinen Geschenk als Mailingverstärker. So oder so: Der Werbebrief ist ein vergleichsweise preisgünstiges Marketing-Instrument, bei dem Sie die Kosten jederzeit im Griff haben.



1. Preis beim Wettbewerb „Beste Online-Pressemitteilung 2013“ und Texterpreis 2011 vom Bundesverband professioneller Werbetexter Deutschland e.V.

Vielleicht sind Sie sich als Unternehmer gar nicht bewusst, welchen Nutzen und welche Vorteile Sie Ihren Kunden bringen. Bewusst wird das vielen meiner Auftraggeber erst, wenn ich danach frage, was deren Kunden häufig loben.

Das sind die Fakten, die in Ihren Werbebrief gehören! Was Ihre jetzigen Kunden gut finden, wird auch neuen Kunden gefallen. Was Sie von Ihren Mitbewerbern unterscheidet, gehört herausgestellt. Dann haben Sie die Chance auf eine hervorragende Response auf Ihr Mailing.



1. Preis beim Wettbewerb „Beste Online-Pressemitteilung 2013“ und Texterpreis 2011 vom Bundesverband professioneller Werbetexter Deutschland e.V.



WORTKIND®

**Texte, Marketing, PR
und Coaching**

Ursula Martens
Erdinger Straße 74 a
85356 Freising

Tel.: 081 61-862 767

Mobil: 0160-880 30 29

Fax: 081 61-862 765

E-Mail: ursula.martens@wortkind.de

www.wortkind.de

USt-IdNr.: DE252519642



1. Preis beim Wettbewerb „Beste Online-Pressemitteilung 2013“ und Texterpreis 2011 vom Bundesverband professioneller Werbetexter Deutschland e.V.