

Ein Schritt in die richtige Richtung

Wenn Sie das Know How eines Werbetexters nutzen, dann ist das ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung - Ihren Erfolg.

- Ihre Werbung wird sich von der Ihrer Konkurrenz abheben.
- Sie wird die Aufmerksamkeit des Lesers erregen und sein Interesse wecken.
- Sein Bedürfnis oder seinen langgehegten Wunsch ansprechen.
- Neue Kunden gewinnen und binden.
- Ihren Umsatz steigern und damit Ihren Gewinn.
- Sie werden deutlich mehr Zeit für Ihre eigentliche Arbeit haben und über mehr Freizeit verfügen.

Zu meiner Person

Nach meiner 19-jährigen Tätigkeit im Güterverkehr der Deutschen Reichsbahn und im Anschluss der DB AG Geschäftsbereich Cargo verlor ich meinen Arbeitsplatz und orientierte mich beruflich völlig neu.

In den Jahren 2001 bis 2003 erlernte ich den Beruf des Mediengestalters für Digital- und Printmedien Fachrichtung Design (nonprint). Im Anschluss an diese Ausbildung wagte ich den Schritt in die Selbständigkeit und konnte hier meine theoretischen Kenntnisse in der Praxis anwenden.

Immer wieder stellte sich in Kundengesprächen heraus, dass die Unternehmer doch recht unzufrieden mit dem Erfolg ihrer Werbung waren - man hatte es satt das schwer verdiente Geld in teilweise erfolglose Werbemittel zu investieren.

Das nahm ich zum Anlass und nutzte den Fernkurs Werbetexter über den Verlag für die Deutsche Wirtschaft und profitiere nun von Fachwissen, den Erfahrungen und den Geheimnissen der besten Werbetexter. Dieses Wissen können Sie nun nutzen, indem Sie mich engagieren. Ihr Erfolg ist mein Auftrag.

A I D A - Jeder Buchstabe ein Begriff

- A** - **ATTENTION** (Aufmerksamkeit)
- I** - **INTEREST** (Interesse)
- D** - **DESIRE OF POSSESSION** (Besitzwunsch)
- A** - **ACTION** (Aktion)

Diese Begriffe sind Ihnen sicher geläufig und Sie haben auch schon das eine oder andere Buch gelesen, in dem man immer wieder darauf verweist.

Doch in einer Zeit der Informationsüberflutung ist es nicht immer einfach, Aufmerksamkeit in der Zielgruppe zu erregen und Sympathie zu schaffen. Mit guten und aussagekräftigen Texten kommen Sie diesen Zielen ein gutes Stück näher.

Sie wissen nicht, wie Sie im hektischen Tagesgeschäft die nötige Zeit und Muße zum Texten finden sollen? Ganz einfach: Engagieren Sie mich als freie Werbetexterin! Als gelernte Mediengestalterin mit zusätzlicher Qualifikation als Werbetexterin werde ich Sie von meinen Fähigkeiten überzeugen.

Nun sind Sie an der Reihe, mich zu fordern und in Ihre strategische Planung rund um das Thema Kommunikation einzubinden. Sei es nur projektbezogene Beratung oder kontinuierliche Betreuung - in mir finden Sie Ihre loyale und kompetente Ansprechpartnerin. Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre Mail.

Steffi Wittig
Ihre Freie Werbetexterin
Siedlung Nr. 8
06618 Naumburg / Meyhen

Tel: 034466/71372
Fax: 034466/71373

E-Mail: steffi_wittig@t-online.de
Internet: www.mediendesign-wittig.de

Freie Werbetexterin
Steffi Wittig

In der Direktwerbung gibt es nichts Wirksameres als einen zugkräftigen Werbetext. Er vermag die Response (Reaktion) um 50 % bis 100 % zu verbessern und die Gewinne in die Höhe zu treiben! Davon werde ich Sie überzeugen.

Steffi Wittig

Schon das Wort Werbung ...

Das kennen Sie bestimmt auch: Täglich gehen Sie zum Briefkasten oder öffnen erwartungsvoll Ihr E-Mail Postfach. Doch was Sie dort vorfinden ist zum größten Teil Müll. Genervt beginnen Sie mit dem Sortieren.

Uninteressante Werbung (Massenwurfsendungen) wandern sofort in den Papierkorb oder gleich in die wenige Schritte entfernte blaue Tonne. Alles was, für Sie auf den ersten Blick interessant sein könnte, nehmen Sie mit bzw. holen es vom Postfach ab. Mit kritischem Blick entscheiden Sie innerhalb weniger Sekunden, was Sie gleich lesen und was Sie später lesen möchten.

So, oder so ähnlich, handelt wohl jeder von uns. Sicher fragen Sie sich selbst oft, was wohl mit Ihren Anzeigen in der Zeitung passiert oder mit Ihren anderen Werbemitteln, in die Sie monatlich investieren. Ohne Werbung und das wissen Sie genau, lässt sich nun einmal nichts verkaufen. Doch der Gedanke, das Geld zum Fenster hinausgeworfen zu haben, weil keine oder zumindest nicht die Reaktion kommt, mit der Sie gerechnet haben, belastet Sie sehr. Sie zerbrechen sich Tag und Nacht den Kopf, wie Sie nur noch mehr verkaufen können und das mit möglichst geringem finanziellen Aufwand.

Was passiert denn eigentlich in diesen bereits erwähnten wenigen Sekunden, in denen die Entscheidung lesen oder wegwerfen bzw. löschen fällt?

- Weckt das Werbemittel die Aufmerksamkeit des Lesers?
- Ist das Angebot für mich interessant?
- Löst es ein Problem oder erfüllt es einen langgehegten Wunsch?
- Von welchem Nutzen werde ich profitieren, wenn ich das Produkt kaufe bzw. die Dienstleistung in Anspruch nehme?

Das ultimative Verkaufsargument: Wie verkaufe ich am besten?

Und genau das ist der Punkt, denn es fällt den meisten Menschen sehr, sehr schwer sich selbst zu verkaufen. Das ging auch mir so, man muss es lernen oder man vertraut auf die Kenntnisse und Fähigkeiten eines Werbetexters.

Ein Werbetext, was ist das schon?

So denken sehr viele Unternehmen, doch nur die wenigsten können es wirklich. Überprüfen Sie den Erfolg Ihrer im vergangenen Jahr durchgeführten Werbeaktionen und urteilen Sie selbst. Nun werden Sie sagen, die ist aber von sich eingenommen und überhaupt ging es doch die ganzen Jahre, meine Kunden wissen schließlich was sie an mir haben.

Wenn Sie diese Meinung vertreten und auch weiterhin an Ihren Praktiken festhalten möchten, dann möchte ich Sie nicht davon abhalten. Dann brauchen Sie Ihre kostbare Zeit auch nicht mit dem Lesen meines Faltblattes zu vergeuden, werfen Sie es weg.

Ist es mir jedoch gelungen Ihre Aufmerksamkeit zu wecken, dann schenken Sie mir Ihr Vertrauen und sie werden von meinen Fähigkeiten Texte zu schreiben, mit denen Sie neue Produkte auf den Markt bringen ... Ihre Geschäfte wiederbeleben ... und Ihre Umsätze steigern können, profitieren.

Werbung ist nicht gleich Werbung - der Unterschied.

Man nennt diese Art Werbetexte in der Fachsprache Response-Webetexte bzw. Dialog-Webetexte. Das heißt nichts weiter, als das diese Texte Ihre potenziellen Kunden durch eine starke emotionale Sprache derart von Ihrem Produkt bzw. Ihrer Dienstleistung begeistert, dass er sofort bereit ist dafür zu zahlen, ja er wird sich für Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung entscheiden und das innerhalb kürzester Zeit. Und Sie selbst kennen diese Werbung bereits aus Rundfunk und Fernsehen, aber auch im Internet und in den Printmedien findet man solche Texte.

Doch der mit Abstand effektivste Weg ist der Postweg und noch effektiver ist E-Mail-Marketing. Dabei erhält ihr potenzieller Kunde persönlich an ihn gerichtete und seinen Wünschen und Bedürfnissen angepasste Werbetexte oder Newsletter. - keine Massenwurfsendungen. Gute Response-Werbemittel sind z.B.

- ein 4 seitiger Brief
- ein 32 seitiger Magalog (ähnelt einem Magazin)
- ein 60 seitiges Booklet (ein kleines zu werblichen Zwecken eingesetztes Buch, meist im Taschenbuchformat)
- Anzeigen in Fachzeitschriften oder Tageszeitungen
- Internetseiten mit oder ohne Online-Shop

Das entsprechende Layout rückt den Text in das rechte Licht und erhöht zusätzlich die Response.

Gerne übernehme ich für Sie auch die Gestaltung Ihrer Werbemittel bzw. die Programmierung Ihrer Internetseite inkl. Suchmaschinenoptimierung.

Arbeiten Sie jedoch bereits seit Jahren mit einer Werbeagentur zusammen und vertrauen auf die Qualitätsarbeit einer bestimmten Druckerei, dann ist auch das kein Problem. Von mir erhalten Sie die entsprechenden Gestaltungsvorschläge bzw. die druckfähigen Dateien für Ihre Druckerei. Gerne kümmere ich mich auch um verschiedene Kostangebote unterschiedlicher Druckereien, ganz nach Ihren Wünschen.

Doch damit ist für mich die Arbeit nicht abgeschlossen. Ich bin ernsthaft daran interessiert, dass die Werbemittel, die ich für Sie entwickle und gestalte auch wirklich verkaufen. Das heißt eine Erfolgskontrolle gehört einfach dazu, denn erst dann wenn Sie Erfolg haben, erst dann bin ich mit meiner Arbeit zufrieden. Ihr Erfolg ist mein Auftrag.

Was kostet ein Werbetexter?

Diese Frage kann ich Ihnen erst beantworten, wenn ich den Umfang Ihres Auftrages genau kenne. Sie erhalten von mir auf jeden Fall erst einen unverbindlichen Kostenvoranschlag und erst, wenn Sie mit diesem einverstanden sind werde ich mit der Umsetzung beginnen.

Damit die Chance auf Erfolg recht groß ist, bedarf es natürlich genauer Informationen, welche die Grundlage meiner Arbeit als Werbetexterin darstellen. Das sind z.B.

- Werbemittel, welche Sie bisher eingesetzt haben (erfolgreiche und auch weniger erfolgreiche).
- Das Profil Ihrer Zielgruppe, welche Sie erreichen möchten.
- Ausführliche Angaben zum Produkt bzw. der Dienstleistung, welche bestmöglich verkauft werden soll.

Ich finde die passenden Worte - den Schlüssel für Ihren Erfolg. Wenn Sie mir nun Ihr Vertrauen entgegenbringen, dann freue ich mich jetzt auf Ihren Anruf 034466/71372