

Inhaltsverzeichnis

Welcome	8
Mit der AIDA-Formel, der am meisten zitierten Formel im Direktmarketing, verkaufen Sie einfach mehr.	9
Fallstudie eines erfolgreichen Werbebriefs nach der AIDA-Formel	27
Die 29 wichtigsten Erfolgsregeln für die Gestaltung Ihrer Werbebriefe	30
Die Geheimnisse des Direktmarketing-Textens, insbesondere für Werbebriefe und Mailings: 3 Lehrsätze, 33 Tipps, Ideen und viele Beispiele von erfolgreichen US-Profi-Textern	36
Die 4 Kriterien der am längsten laufenden Direktmarketing-Schlagzeile der Welt	51
12 Kategorien erfolgreicher Anzeigen-Schlagzeilen im Direktmarketing. 40 Beispiele, die Ihnen helfen, die Effizienz Ihrer Schlagzeilen um ein Drittel zu steigern.	53
33 „Power“- oder Erfolgs-Wörter, die Ihre Schlagzeile und Ihre Werbetexte nachweislich erfolgreicher machen können	63
Eine 15 Punkte-Checkliste – ein Programm, um Ihre Direktmarketing-Schlagzeilen zu verbessern	67
Sehen Sie Ihre Anzeige mit den Augen eines Direktmarketing-Profis	72
Anatomie zweier erfolgreicher lang laufender Schlagzeilen im deutschen Sprachraum.	74
58 der wichtigsten Verkaufs-Argumente, die Ihnen helfen, den empfindlichen Nerv Ihrer Leser zu treffen.	84
Haben Sie das maximale Angebot für Ihre Zielgruppe? Viele behaupten, nichts sei wichtiger!	87
Beispiele erprobter und lang laufender verkaufsmotivierender Angebote aus den USA.	87
9 beliebte Angebote und Angebots-Modelle	87

11 Beispiele von GRATIS-Angeboten.	88
Das kostenlose Probe-Angebot mit negativer Option	89
Dramatisieren Sie den niedrigen Preis	90
Ratenzahlung	91
Einstiegs-Angebote	93
8 Beispiele für erfolgreiche US-Angebote.	96
Die Sache mit dem Preis: Wie Sie Preise möglichst niedrig darstellen	103
Das Wort FREE ist nicht nur das Wort Nummer Eins im US-Direktmarketing – es ist gleichzeitig das attraktivste Angebot	108
Die negative Options-Offerte – ein Angebot, mit dem Sie Ihren Umsatz um das 4- bis 8-fache steigern können	110
Erhöhen Sie Ihren Umsatz kosteneffizient mit einer oder zwei attraktiven Prämien	113
55 kaum bekannte aber erprobte Techniken und Angebote, mit denen Sie von den Geheimnissen des Werbe-Erfolges – vom Abonnement bis zur Wohltätigkeitswerbung – profitieren	118
FREEmiums... Wie Sie sehr preiswerte GRATIS-Geschenke einsetzen können: In Ihrem ersten Werbekontakt, in der Beilage und im Werbebrief	131
Kreieren Sie Ihren Versandumschlag einzig und allein zu dem Zweck, dass er geöffnet wird	138
Mit den richtigen Teasern können Sie den Erfolg Ihres Mailings um ein Drittel erhöhen	143
Vom Teaser zum Briefeinstieg	161
Die Hauptregel für Briefeinstiege	167
Was wir von einigen der erfolgreichsten Schmeichel-Briefeinstiegen der Welt lernen können	174
Erfolgreiche Briefeinstiege mit einem „Gadget“.	180
Weitere Ideen und Beispiele, den maximalen Briefeinstieg zu entwickeln und einzusetzen	181

Story-Einstiege: Warum Sie Ihren Kunden eine Geschichte erzählen sollten – so wie im erfolgreichsten Mailing aller Zeiten	196
Werbebriefe, die das Ego des Lesers streicheln, bringen oft mehr Response.	201
PS: Ich liebe Dich!	
Was ein starkes PS bewirken kann	207
Den Leser einbeziehen: Einige wichtige Involvement-Techniken in US-Werbebriefen.	211
Unser Name ist Wohlklang in unseren Ohren.	
25 Beispiele erfolgreicher Personalisierungen im Direktmarketing	215
Lassen Sie Ihre Kunden für Sie verkaufen!	
Wie Sie starke Testimonials für sich arbeiten lassen	228
Sie brauchen eine starke Garantie für Ihr Angebot	243
Wie Sie mit einem kostengünstigen Liftletter „Vielleicht-Käufer“ zu „Ja-Käufern“ machen	251
Bei der Antwortkarte/dem Antwortschein schlägt die Stunde der Wahrheit: Wie Sie das Maximale aus Ihrem Angebot und aus den Antwort-Elementen machen	262
17 Extra-Verstärker, die kosteneffizient die Rentabilität Ihres Direktmarketing steigern können	275
Die „Faszinations-Technik“ in Ihrem Werbebrief	281
Kreativität und Innovation in Werbebriefen	284
Nachfass: Lassen Sie nicht locker! Ihre Nachfassbriefe können bis zur Hälfte Ihrer Umsätze bringen	293
Besonders wichtig bei Nachfassbriefen: die Handlungsaufforderung	300
Ein Nachfassbrief, der 15 Jahre lang eingesetzt wurde	311
Machen Sie die Broschüre zum Arbeitspferd Ihres Mailings.	312
6 kreative Beispiele, wie Sie aus einem DIN-A4-Bogen den maximalen Prospekt/Insert oder eine Beilage machen können.	322
Oft vergessene Faustregeln des Direktmarketing	328
24 erprobte Direktmarketing-Lehrsätze:	
Welche davon haben für Sie Priorität?	335

Meine Checkliste der Direktmarketing-Checkliste	342
Allgemeiner Teil der Checkliste	342-344
Checkliste Nr. 2: Wie bewerten Sie die Stärken und die Schwächen Ihrer Werbemaßnahmen?	344
Ziehen Sie die Schlussfolgerungen - wie beispielsweise diese:	345
Checkliste Nr. 3: Welches ist das rentabelste Einstiegs-Angebot?	346
Checkliste Nr. 4: Womit Sie Ihren Werbebrief und Ihr Mailing vollpacken sollten	348
Steigern Sie den Response um 10, 20, 30 oder mehr Prozent mit grafischen Hilfsmitteln	349
Finden Sie einen oder mehrere neue, überraschende Blickwinkel	350
Checkliste Nr. 5: Vergessen Sie nicht, die emotionalen Vorteile Ihres Angebots maximal auszuschlachten	350
Testen Sie hier Ihr Direktmarketing-Know-how	352
Stellen Sie sich jetzt bitte zwei Fragen: Steckt in mir ein erfolgreicher Versand-/Direktmarketing-Unternehmer?	
Habe ich ein erfolgversprechendes Produkt oder Projekt?	358

ANHANG: Pflichtlektüre für jeden Direktmarketer

10% mehr Bestellungen = 40% mehr Gewinn Machen Sie diese Formel zu Ihrer Erfolgs-Formel.	364
Die wichtigste Tabelle und die Formeln für die Auswertung von Werbe-Tests	372
Die Axel Andersson-Awards	384
Verzeichnis der Abbildungen/Sachregister	389