



» **MATTHIAS EIKENROTH**  
Kommunikationswirt, Konzeptioner,  
Grafikdesigner und Werbetexter



DAS BESTE AUS 25 JAHREN WERBEAGENTUR-PRAXIS

» **IDEEN, TIPPS & TRICKS** «

DIE SOFORT KUNDEN UND UMSATZ BRINGEN



Die besten Ideen, Tipps & Tricks

## Folge 20

**Wie Sie die Beachtung Ihrer Werbebrieife  
und Mailings deutlich erhöhen**

© Copyright: Matthias Eikenroth - EIKENROTH Marketing & Training  
Nur zum Eigengebrauch für den Abonnenten bestimmt. Weitergabe an Dritte, Vervielfältigung und Verbreitung sind untersagt.



Ein einfacher Werbebrief-Verstärker

## Bei Aussendung Erfolg

Liebe Leserin, lieber Leser,

der klassische Werbebrief ist nach wie vor ein bärenstarkes Verkaufsinstrument. Wenn der Text funktioniert.

Viele meiner Kunden setzen auch in der Zeit von Email und Website den Werbebrief sehr erfolgreich ein und machen damit bei jeder Aussendung erheblichen Umsatz und Gewinn.

Heute möchte ich Ihnen einen kleinen Trick zeigen, mit dem Sie die Aufmerksamkeit für jeden Werbebrief deutlich verstärken können, ohne einen Cent dafür auszugeben.



### **Faber macht es vor**

Der Lotterie-System-Anbieter Faber, ein Marktführer in seiner Branche, ist mit der Aussendung von Mailing-Aktionen extrem erfolgreich geworden.

Vor einiger Zeit bediente sich Faber eines Tricks, um die Aufmerksamkeit für seine Mailing-Aktionen und seine Werbebriefe zu verstärken:

In einem TV-Spot kündigte Faber die Aussendung eines Werbebriefes an, den die Empfänger in den nächsten Tagen in ihren Briefkästen finden würden. Schlicht und einfach, in etwa mit den Worten: „Achten Sie auf diesen Brief, den Sie in den nächsten Tagen erhalten werden“.

Das klingt sehr einfach und ist es auch. Genial einfach, klar und sehr erfolgreich.

### **Machen Sie's wie Faber**

Keine Angst, Sie sollen keinen TV-Spot buchen, das wäre zu teuer. Aber möglicherweise können Sie ebenfalls Ihre Werbebriefe ankündigen, nur eben ohne dafür Geld auszugeben.

Wie das gehen soll?

Ganz einfach: Wenn Sie neben den Adressen Ihrer Kunden auch deren Email-Adressen zu besitzen und darüber hinaus auch das Einverständnis, Ihren Kunden Emails zu senden, dann ist das hierfür bares Geld wert.

Sollten Sie in dieser glücklichen Situation noch nicht sein, dann sollten Sie spätestens jetzt damit beginnen, passend zu Ihrem Kundstamm einen entsprechenden Email-Verteiler aufzubauen. Bitten Sie Ihre Kunden um deren Email-Adresse und die Erlaubnis, ihnen Emails zukommen zu lassen. Als Verstärker können Sie ihnen ja beispielsweise einen Gutschein, eine kleine Überraschung, ein Giveaway oder z. B. die Teilnahme an einem Gewinnspiel anbieten.

Machen Sie es sich dann zur Gewohnheit, zwei bis drei Tage vor jeder Aussendung eines Werbebriefes, Ihre Kunden darüber per Email zu informieren.



## **Zeigen Sie Ihren Nutzen**

Sagen Sie in Ihrer Email klar und deutlich, welchen Nutzen der Empfänger von diesem Werbebrief hat. (Lesen Sie dazu auch noch einmal den Tipp Nr. 13).

Entwickeln Sie passend zu diesem Nutzen eine starke Betreff-Zeile für Ihre Email. Lesen Sie dazu auch noch einmal Tipp Nr. 1 „Headlines“. Also beispielsweise: „Wie Sie jetzt noch 20 % vor dem Urlaub sparen.“ Den Text Ihrer Email beginnen Sie dann mit der Ankündigung des Briefes und der Wiederholung des Nutzens: „Diesen Brief finden Sie in zwei bis drei Tagen in Ihrem Briefkasten.“ Bilden Sie Ihren Werbebriefes samt Umschlag ab. „Lesen Sie, wie Sie jetzt noch vor dem Urlaub 20 % sparen können.“ Bringen Sie die wichtigsten Punkte und Nutzen Ihres Werbebriefes in Form von einer Aufzählung.

## **To Do's**

So jetzt sind Sie an der Reihe. Sofern Sie noch nicht die Email-Adressen und das Einverständnis Ihrer Kunden haben, beginnen Sie heute damit, sie einzuholen. Verfügen Sie schon darüber: Herzlichen Glückwunsch! Senden Sie vor Ihrer nächsten Werbebrief-Aussendung einfach eine Email an die Empfänger und kündigen Sie Ihren Werbebrief an. Die Beachtung Ihres Werbebriefes erhöht sich dadurch erheblich.



Nun wünsche ich Ihnen viel Spaß beim Ideen finden und viel Erfolg bei der Umsetzung des zwanzigsten Tipps aus der Reihe „Die besten Ideen, Tipps & Tricks“.

Freuen Sie sich schon auf die nächste Folge:

**„Eyecatching (3):  
Wie Sie mit Comics und Cartoons Aufmerksamkeit schaffen“**

Einstweilen viel Erfolg und gute Geschäfte.

Herzlichst, Ihr  
Matthias Eikenroth



**Lieben Sie Ihr Unternehmen?  
Wir auch!**

Also geben Sie ihm nur die beste Werbung. Mit meinem Team entwickle ich Werbung, die wirklich wirkt. Lassen Sie uns einmal darüber sprechen...

+49 (0) 641 9 82 23-0 | [www.eikenroth-werbeagentur.de](http://www.eikenroth-werbeagentur.de)

**IMPRESSUM**