

Besser schreiben – besser ankommen

Praxistipps aus der Texterei Beck

Mit guten Texten Kunden gewinnen: Auf diese vier Aspekte kommt es an

1. Gute Texte bieten dem Leser relevante Inhalte:

- eine wichtige Information, einen wertvollen Impuls, hilfreiches Know-how, Lösungstipps für ein Problem
- und damit einen Vorteil, einen Nutzen, einen Mehrwert, einen Gewinn, einen individuellen Benefit
- idealerweise genau das, was er in seiner aktuellen Situation benötigt, was ihm hilft, was ihn weiterbringt
- dadurch wecken sie Lust auf mehr – beispielsweise auf die Produkte oder Leistungen des Unternehmens

→ **Gib deinem Leser das gute Gefühl, dass sich die Lektüre für ihn lohnt.**

2. Gute Texte sind leserorientiert geschrieben:

- sie sind ein schriftliches Gespräch zwischen dem Unternehmen und dem Leser (Kunde, Interessent, ...)
- sie sprechen die Sprache des Empfängers, orientieren sich an seiner „Welt“
- sie gehen auf seine Situation, auf seine Fragen, auf seine Bedürfnisse und Wünsche ein
- sie geben das Gefühl einer 1:1-Kommunikation („das liest sich ja, als ob es speziell für mich geschrieben ist“)

→ **Zeig deinem Leser, dass du ihn mit seinen Wünschen und Bedürfnissen wirklich verstehst.**

3. Gute Texte sind schnell erfassbar und leicht verständlich:

- einfache, flüssige, bildhafte Sprache, Aktiv statt Passiv, Verben statt Substantive
- eindeutige Aussagen, die die Botschaft des Unternehmens klar auf den Punkt bringen
- logischer Aufbau, nachvollziehbare Argumentation (= der berühmte rote Faden)
- übersichtlich gestaltet = kurze Absätze, großzügiger Zeilenabstand, orientierende Zwischenüberschriften, ...

→ **Mach es deinem Leser so einfach wie möglich, deinen Text zu lesen und zu verstehen.**

4. Gute Texte führen den Leser:

- sie holen ihn ab: er fühlt sich in seiner aktuellen Situation angesprochen = Problem, Interesse, Relevanz
- sie ziehen ihn ins Thema: „das könnte wichtig für mich sein“ = Nutzen, Problemlösung, Neuheit, ...
- sie leiten ihn durch die Inhalte: ein Schritt nach dem anderen, zielorientiert und folgerichtig
- sie bringen ihn zur konkreten Handlung = Bestellung, Info-Anforderung, Kontaktaufnahme, ...

→ **Gib deinem Leser an jeder Stelle deines Textes einen Anlass, weiterzulesen.**

© Christoph Beck, www.texterei-beck.de