

Seminar

Wirkungsvolle Werbetexte



*Text wirkt. Überzeugen Sie mit verkaufsstarken
Texten für Print und Online.*

„Sehr interessant und inspirierend!“

Ute Kaiser, Dick GmbH



Gerne informieren wir Sie über unser Inhouse Training

Wirkungsvolle Werbetexte

Text wirkt. Überzeugen Sie mit verkaufstarken Texten für Print und Online.

Sie verfassen, redigieren oder verantworten ständig Texte, etwa für Anzeigen, Plakate, Flyer, Mailings. Wissen Sie aber, welcher Ihrer Texte wirklich gelesen wird, warum und wie jemand ihn aufnimmt? Wissen Sie, wie Sie Ihren Leser von Ihrer Idee, Ihrer Botschaft, Ihrem Produkt überzeugen? Antworten darauf und das Handwerkszeug für unwiderstehliche, wirkungsvolle Texte erhalten Sie in diesem Seminar.

Trainieren Sie mit Profi-Textern, wie Sie sich an die „insights“ Ihrer Leser heranpirschen und aus deren Sicht schreiben. Wie Sie mit kreativen Headlines Aufmerksamkeit auf Ihre Botschaft lenken. Wie Sie den Nutzen Ihres Anliegens, Ihres Produktes oder Ihrer Leistung dramatisieren. Wie Sie nüchterne Fakten komplexer Produkte vereinfachen, mit Spannung versehen und emotionalisieren. Wie Sie Leser mit Sprachbildern an Ihren Text fesseln. Wie Sie die Lesedauer erhöhen, ein „Weglesen“ verhindern und Lesewiderstände beseitigen. Wie Sie passende Tonalität und Textstil finden, um die Wortwelt Ihrer Leser zu treffen. Wie Sie Ihr Textgebilde mit stabilen Argumenten erbauen. Kurz, wie Sie Ihr Anliegen prägnant, lesenswert und überzeugend auf den Punkt bringen.

Die nachstehenden Inhalte sind ein Vorschlag, gerne nehmen wir eine maßgeschneiderte Ausrichtung auf Ihr Unternehmen vor. Sie bestimmen die Schwerpunkte – wir entwickeln das Seminar, zugeschnitten auf Ihre Anforderungen nach Inhalt, Zeit und Ort. Ihre Fragestellungen und Beispiele werden in das Training einbezogen. Kontaktieren Sie uns, wir unterbreiten Ihnen gerne ein Angebot.

Herzlichen Gruß

Florian Lex
Geschäftsführer



Diese Vorteile garantieren Ihnen

ein hochwertiges Seminar:

- Texter-Profis mit langjähriger Seminar-Erfahrung als Ihre Trainer
- Zahlreiche praxisnahe Übungen
- Besprechung eigener Texte und Beispiele
- Maßschneidung des Trainings auf Ihre Anforderungen

Ihr Seminarprogramm

1. SEMINARTAG (Vorschlag)

Das Bessere ist der Feind des Guten

- Was bessere Werbetexte von mittelmäßigen unterscheidet
- Schlechter Text, besserer Text - eine Gegenüberstellung
- Beurteilungskriterien für Werbetexte in Print und Online

Wie Sie den Leser abholen und zu seinem persönlichen Berater werden

- Was sind die Insights der Leser?
- Wie sprechen Sie Ihre unterschiedlichen Zielgruppen an?
- Wie treffen Sie die Motive und Einstellungen Ihrer Zielgruppen?
- Wie bauen Sie die Beziehung zu Ihrem Leser auf?
- Warum sind emotionale Texte besser?
- Wie schreiben Sie Texte emotionaler?
- Wie können Sie erzählen statt beschreiben?

Headlines, Slogans. Salz und Pfeffer.

- Beurteilungskriterien guter Headlines, Slogans und Claims
- Wie Ihre Headlines auf Plakaten, in Anzeigen, Flyern, Broschüren und im Web Wirkung entfalten
- Wie Headlines die Aufmerksamkeit steigern und Ihr Versprechen auf den Punkt bringen

Übung: Kreativtechnik zum Schreiben von Headlines und Slogans

Wirkungsvolle Texte für Online-Medien

- Wie unterscheidet sich Online-Text von Text in Print-Medien?
- Wie funktioniert Text Online besser?
- Welche Textstrukturen gelten für Ihre Online-Texte?
- Wie verarbeiten Sie Suchbegriffe und Schlüsselworte im Fließtext?
- Text-Stil Online. Welcher ist der Richtige?
- Die gute Story: auch Online wichtig?

Wie Sie Ihren Schreibstil verbessern und an Aussagekraft gewinnen

- Stilkunde für Ihre Werbepaxis
- Stilvoll: aktive Sprache
- Stillos: Superlative, Worthülsen, Füllworte und der erweiterte Infinitiv
- Wie Sie Adjektive, Verben und Substantive gezielt verwenden
- Wie Sie Rhythmus in den Text bringen
- Wie Sie Abweichung und Regelverletzung zum Gestaltungsprinzip des guten Textes machen

Übung: Kreativtechnik zum Schreiben von Fließtexten

Ihr Seminarprogramm

2. SEMINARTAG (Vorschlag)

- **Textelemente und Textgestaltung. Wo bitte geht es über Los?**
- Wie Sie Kurztexte virtuos schreiben
- Wie Sie überzeugende Textstrukturen bauen
- Wie Sie „Cliffhanger“ und andere Anschlussverfahren einsetzen
- Wie Sie Anfang, Mittelteil und Ende eines Textes schreiben

Übung: Schreiben von Kurztexten

Struktur und Aufbau von Werbetexten. Das Drama nimmt seinen Lauf.

- Wann und warum werden lange Texte gelesen?
- Dramaturgischer Aufbau von Langtexten
- Die W-Fragen für den Einstieg in Langtexte: Broschüren, Produkt- und Datenblätter
- Weshalb die Erzählung besser verkauft als die Beschreibung

Konzeption von Werbemitteln und Textsorten. Jede Textsorte eine Kunstform.

- Wie sind Texte für Plakat, Anzeige, Flyer, Katalog und Broschüre aufgebaut?
- Die gestalterischen Bedingungen für Verkaufsförderung und Promotion

Direct Mail-Texte

- Wie Sie die Leser mit Brief und Mail überzeugen
- Wie Sie Ihren Brief aufbauen
- Wie die Textstruktur Ihres Briefes aussieht
- Was in Ihren ersten Absatz muss
- Wie Ihr Mittelteil überzeugt. Und wie das Ende.

Argumentationstechnik. Der überzeugende Aufbau der Argumente.

- Überzeugen Sie statt zu überreden
- Argumentationsmuster für wirkungsvolle Langtexte
- Für jede Verkaufssituation die richtige Taktik und Argumentation
- Zehn Argumentationsformen, die Sie kennen sollten

Methodik (Vorschlag): Präsentationen des Trainers, Übungen und die Analyse eigener Beispiele finden in Abwechslung statt. Eigene Texte der Teilnehmer werden auf Wirkung und Effektivität hin analysiert und bewertet, konkrete Lösungswege und eventuelle Schwachpunkte werden aufgezeigt.

„Top Seminar!“

Susanne Peczler, Waldburg-Zeil Kliniken

Zeitraumen (Vorschlag):

1. Tag:

- 09.30 Uhr: Beginn der Veranstaltung
- 13.00 Uhr: Gemeinsames Mittagessen
- 18.00 Uhr: Ende des ersten Seminartages

2. Tag:

- 09.00 Uhr: Beginn des Seminartages
- 13.00 Uhr: Gemeinsames Mittagessen
- 17.00 Uhr: Ende der Veranstaltung

Zielgruppen:

- Vorstände, Geschäftsführer und Führungskräfte von Unternehmen aus Industrie, Dienstleistung und Handel
- Führungskräfte aus Marketing und Vertrieb, speziell Produktmanagement, Direktmarketing, Kundenservice, CRM, Werbung, PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Key Account Management, Neue Medien
- Mitarbeiter aus PR-, Marketing- und Werbeagenturen sowie aus Unternehmensberatungen
- Alle Personen, die verkaufstarke Texte verfassen, redigieren oder beurteilen müssen
- Alle Personen, die sich mit der Frage befassen müssen, wann und wie ihr Text eine gewünschte Wirkung erzielt

Der Veranstalter:



market&more – Forum für Wissen in Marketing und Vertrieb GmbH steht für die Konzeption und Durchführung von qualitativ hochwertigen Seminaren, Workshops und Coachings zu aktuellen Themen in Marketing und Vertrieb.

So erreichen Sie uns:

 089/76 75 71-0  089/76 75 71-22

 info@market-and-more.de  www.market-and-more.de

market&more • Sendlinger Str. 25 • 80331 München