

## Konzeptblatt Werbebrief

Persona: \_\_\_\_\_

**Betreffzeile:** Den konkreten oder emotionalen Nutzen nennen oder darauf neugierig machen

\_\_\_\_\_

**Einstieg:** Brücke zum Leser schlagen: Was beschäftigt ihn und Sie? Warum schreiben Sie ihm? Welches Problem lösen Sie? Welches sensationelle Angebot halten Sie ihm hin? Anschaulich, bildhaft, emotional!

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Hauptteil:** Argumente, Vorteile, Nutzen, Vergleiche, Details, Hintergründe, ...

Nicht mehr als drei. Nicht mehr als drei Sätze pro Absatz. Nicht mehr als drei Absätze. Wichtige Wörter oder Sätze **fetten**.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Ausstieg:** Zum Handeln auffordern (Call to Action), Kontaktmöglichkeit(en) nennen, Perspektive für künftige Kontakte, origineller Gruß

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**PS:** Starke(n) Vorteil nennen, auf Aktion hinweisen, zusätzlichen Benefit bieten

\_\_\_\_\_