

Margot Avemark  
Werbung individuell  
Bannewitzer Str. 14  
01705 Freital  
www.werbung-individuell.de  
mavemark@werbung-individuell.de

Mitglied im Texter-Netzwerk  
Profitexter.net



PROFITEXTER.NET  
Das Netzwerk der Werbetexter

## Was Sie über Ihre Zielgruppe wissen sollten

Herzlich willkommen, liebe Leserin, lieber Leser, auf der Plattform der Werbetexterinnen und Werbetexter von Profitexter.net!

Stellen Sie sich vor, Sie bestellen bei einem / einer unserer Texter/innen einen Werbebrief. Unsere erste Frage wird sein: WER sind die Zielpersonen Ihres Briefes?

### An wen wollen Sie schreiben?

Sind es Selfmade-Männer?

Sind es die Karrierefrauen ab 40?

Wollen Sie Familienväter mit Eigenheim ansprechen, oder reiche Seniorinnen?

Wofür interessiert sich Ihr Leser? Welche Altersgruppe sprechen Sie vorwiegend an? Männer oder Frauen? Welches Problem soll Ihr Kunde mit Ihrem Produkt / Ihrer Dienstleistung lösen, und wie hat er es bisher gelöst? Welche Bedürfnisse will er sich erfüllen?

### Genau das müssen wir wissen! Und noch viel mehr ...

Wir versuchen, so viel wie möglich über Ihren Adressaten herauszufinden: In welcher Situation sich Ihr Kunde befindet, und wo er hin will. Wir versuchen, seine innersten Überzeugungen aufzuspüren, bei denen wir ihn „packen“ können. Welche Gefühle bewegen ihn, und was bewegt ihn zum Kauf? Welche Sorgen und Wünsche hat er?

Je mehr wir über Ihren potentiellen Kunden wissen, desto individueller kann unser Werbebrief für diese Zielgruppe werden. Und desto persönlicher wird sich Ihr zukünftiger Kunde auch angesprochen fühlen.

Sie werden verstehen, dass Sie diesen Brief dann nicht einfach an ganz andere Leute verschicken können!

Ihr beauftragter Werbebrief wird für diese spezielle Zielgruppe in genau dieser Situation, für genau dieses Produkt (oder die Dienstleistung) geschrieben.

### Verschiedene Zielgruppen brauchen auch verschiedene Ansprachen.

Je allgemeiner Ihr Brief gehalten ist, und je breiter Sie ihn streuen, desto weniger Response werden Sie erhalten. Ein Brief an die „sehr geehrten Damen und Herren“ wird Ihren Interessenten niemals so „fesseln“ und „einwickeln“ können wie ein Brief, der seinen Ansprechpartner *kenn!* Dessen Absender weiß, wo den Leser „der Schuh drückt“ und ihm die Lösung dazu direkt vor die Nase hält.

In vielen Unternehmen kommt Ihr Brief ohne Ansprechpartner erst gar nicht an. Niemand fühlt sich dafür zuständig.

Und ganz gleich, wie gut und interessant ein Brief geschrieben ist: Die korrekte Adresse und die richtige namentliche Anrede sind die ersten „Papierkorb-Hürden“, die Ihr Brief zu überstehen hat.

Machen Sie sich also die Mühe, die richtigen Adressen herauszufinden, genau so wie die Namen Ihrer Ansprechpartner. Sie können dafür fertige Adresslisten kaufen, ein Telefonmarketing-Unternehmen beauftragen (Dieses kann sogar gleich das Interesse abfragen!) oder selbst per Telefon nachforschen.

Bei Adressverlagen können Sie sich genau IHRE Zielgruppe mit den verschiedensten Merkmalen zusammenstellen lassen. Wenn Sie bereits mit Adresslisten arbeiten, haben Sie ohnehin schon jede Menge Informationen über Ihre Zielpersonen parat, die Sie uns geben können.

### **Stück für Stück puzzeln wir das Bild Ihres Kunden zusammen**

Beispielsweise durch Ihr Produkt (oder Ihre Dienstleistung) können wir etwas über Interessen, Bildungsstand, Überzeugungen oder sogar soziale Schicht Ihres zukünftigen Kunden herausfinden. Nicht nur der Nutzen Ihres Produktes ist für uns interessant, sondern zum Beispiel auch:

Ist es einfach zu handhaben, oder braucht man dafür schon etwas mehr „Köpfchen“?

Ist es ein Naturprodukt?

Ist es sehr preisintensiv?

Welche speziellen Informationen liefert es Ihrem Kunden?

Auch aus den von Ihrem Unternehmen schon erfolgreich oder weniger erfolgreich versandten Mailing-Aktionen lassen sich Rückschlüsse ziehen, auf welche Informationen Ihr Kunde Wert legt, und auf welche Emotionen er „anspringt“ – oder eben nicht.

Aus all diesen Informationen bauen wir das Bild Ihres potentiellen Kunden zusammen. Schön, wenn Sie uns von vornherein dabei unterstützen.

Je genauer wir Ihren Kunden kennen, desto persönlicher werden wir ihn ansprechen.

Wir lassen Bilder in seinem Kopf entstehen. Wir zeigen ihm, wie er mit Ihrem Produkt genau seine Wünsche erfüllen kann – oder seine Sorgen los wird.

Wir appellieren an seine Gefühle (Sie wissen ja: Menschen kaufen „aus dem Bauch heraus.“) und liefern ihm die richtigen Beweise.

### **Und Ihr Kunde?**

**Er wird Sie mit einem Kauf belohnen.**

Das wünsche ich Ihnen und uns Werbetextern.

Ihre Margot Avemark  
Werbung individuell

P.S.: Genau so funktioniert das natürlich mit E-Mail-Marketing, mit Texten für Ihre Website oder für Ihre Produktbroschüre! Sprechen Sie IHRE Zielgruppe an!