
Spezialteil

Anhang, Checklisten und Lösungsvorschläge

Spezialteil-Anhang-und-Checklisten-Studienergebnisse

5 goldene Regeln

Dinge einfach und klar halten

Entwürfe testen und überarbeiten

Die richtige Zielgruppe ansprechen

Stimmig kommunizieren

Motivation hochhalten

Ausdruck: Kreativ die Sinne ansprechen

Warenzeichen

Markennamen verwenden

Treffendes Vokabular

Nutzenversprechende Worte wählen

Klare Kernaussage

Wesentliches in einem Satz sagen

Gewinnender Text

Mit Bullet points überzeugen

Relevante Ziffer

Wichtigste Zahl identifizieren

Einprägsame Merkmale

Zeichen, Buchstabe, Silbe, Klang

Lesefreundliches Schriftbild

Passende Typographie aussuchen

Wirkungsvolles Layout

Erprobte Seitenarchitektur wählen

Richtige Farbwahl

Markenfarbe verwenden

Verständliche Tabellen

Zeilen und Spalten optimieren

Einleuchtende Schaubilder

Diagramme gut aufbereiten

Professionelle Bilder

Mit stimmigem Motiv visualisieren

Direkt Erlebbares

Objekt, Geste, Klang finden

Kurz-Checkliste

- Unerfüllter Bedarf / Problem
- Aufmerksamkeit / Interesse
- Nutzen / Lösung aufzeigen
- Einzigartigkeit / USP
- Beleg / Quelle
- Handlungsimpuls /Aktion
- Logo / Markennamen
- Treffendes positives Vokabular
- Nutzenversprechende Worte
- Klare Kernaussage
- Text in Stichpunkten
- Relevante Zahl
- Zeichen, Buchstaben, Silbe
- Lesefreundliches Schriftbild
- Effektives Layout
- Markenfarbe gewählt
- Optimierte Tabellen
- Einleuchtende Diagramme
- Stimmige Bilder


Checkliste für Texte: Inhalt

- 1) Kunden-Nutzen deutlich erkennbar
- 2) Neugierig machende Überschrift
- 3) Relevante Zwischen-Überschriften
- 4) Zum Weiterlesen anregender erster Satz
- 5) Zuversichtlicher und optimistischer Grundtenor
- 6) Klare, präzise Sprache
- 7) Bildhafte, leicht vorstellbare Ausdrücke
- 8) Kurze Sätze mit einer Aussage pro Satz
- 9) Aussagen von Experten oder Betroffenen (Testimonials)
- 10) Statt des Passivs den Aktiv gewählt
- 11) Statt Substantiven die Verben gewählt
- 12) Statt Vergangenheit die Gegenwart gewählt
- 13) Dinge positiv und bejahend ausgedrückt
- 14) Durch Geschichten oder Beispiele illustriert
- 15) Statt "ich und mein" besser "Sie und Ihr"
- 16) Text mit Rechtschreib-Programm geprüft

Checkliste für Dokumente: "Formales"

- Gut lesbarer Text
- Richtige Farbe der visuellen Elemente
- Angemessene Motive der Bilder
- Überschrift vorhanden
- Zwischen-Überschrift vorhanden
- Übersichtliche Anordnung der Elemente
- Horizontales Layout: Bild links, Text rechts
- Vertikales Layout: Bild oben, Text unten
- Bildbeschreibung unterhalb des Bildes
- Leerzeilen zwischen Abschnitten
- Logo und/oder Produkt gezeigt
- P.S. zum Abschluss vorhanden

Emails aussortieren

Nein


1 An Sie direkt gerichtet?

Lösche

2 Absender und Betreffzeile veranlassen Sie zu einem "Das muss ich heute lesen"

Lösche

3 Sie müssen etwas konkretes tun:
Man erwartet von Ihnen eine Aktion

Lösche

4 Sie müssen mit Aktion oder Vorbereitungen innerhalb eines Monats anfangen

Lösche

5 Die Aktion ist mit Ihren Projekten verbunden oder bringt Ihnen Nutzen

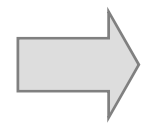
Lösche

Basierend auf Bill Jensen: The Simplicity Survival Handbook: 32 ways to do less and accomplish more, 2003

Häufige Fallstricke

- Keine Kenngrößen definiert oder gemessen
- Falsche Zielgruppe gewählt
- Kein Customer Relationship Management
- Kein Nutzen für die Zielgruppe erkennbar
- Dinge komplexer als notwendig gemacht
- Unklare oder komplizierte Botschaften
- Mangelhafte Visualisierung
- Daten und nicht die Marke verkauft
- Fehlendes Testen bei Ärzten und Aussendienst
- Keine Pilotprojekte durchgeführt
- Potenzial des Internets nicht ausgeschöpft
- Einzelne Aktivitäten ergänzten sich nicht
- Trödeln auf der Zeitschiene
- Top-Meinungsbildner den Agenturen überlassen
- Die Projektbeteiligten in keiner Weise belohnt

Link und Passwort



Login für Klienten

www.umbachpartner.com