

Werbebriefe als Dialogmarketing-Medium sehr beliebt

10.11.2008, 10:00 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Textakademie GmbH*

"Werbebriefe einfach machen" sagt, wie's geht

Er ist und bleibt das Dialogmedium Nr. 1: Der Werbebrief. Das beweist der Direktmarketing-Monitor 2008 der Deutschen Post. Insgesamt wurden im Jahr 2007 11,5 Milliarden Euro in volladressierte Werbesendungen investiert. Keine Überraschung für Stefan Gottschling, Autor von "Werbebriefe einfach machen!".

Denn der Brief bewährt sich seit Jahrzehnten und gilt als Garant für Unternehmenserfolg - falls einige Spielregeln beachtet werden.

Für die Studie wurde der Werbemarkt 2007 betrachtet und insgesamt 3.300 Marketing-Verantwortliche befragt.

Werbebriefe einfach machen! Der Werbebrief ist für Unternehmen nach wie vor ein interessantes Medium: Denn erneut erwies sich der Werbebrief als Dialogmedium Nummer 1. Doch viele Werbebriefe könnten weitaus mehr Response erzielen.

Dafür müssen nur einige Regeln beachtet werden. In seinem Buch "Werbebriefe einfach machen!" zeigt Gottschling, wie aus jedem Mailing ein verkaufstarker Dialog mit dem Kunden wird.

Der Aufmerksamkeits-Garant. Dass der Werbebrief bei deutschen Unternehmen so beliebt ist, hat Gründe: Klar ist, dass der Werbebrief seit Jahrzehnten zur Kundengewinnung dient - und das seit jeher sehr erfolgreich.

Denn ein persönlich adressiertes Mailing erzeugt weitaus mehr Aufmerksamkeit als jede andere anonyme Aussendung. Relativ

geringe Kosten und ein begrenzter Zeitaufwand machen den Brief zum erfolgreichen Werbemittel. Die genaue Zielgruppenansprache vermeidet Streuverluste. Und: Der Erfolg lässt sich messen! Die Response-Quoten zeigen deutlich, ob das Budget eingespielt wird.

Hoher Response mit starken Texten. Damit Werbebriefe nicht einfach im Papierkorb verschwinden, muss der Leser von Anfang in den Text hineingezogen werden. Denn letztendlich hat der Brief nur ein Ziel:

Der Empfänger soll reagieren. Per Telefon, E-Mail oder Fax-Antwort. Konkrete Optimierungsansätze für jeden Werbebrief liefert Stefan

Gottschling. Mit praktischen Tipps rund um Briefeinstiege, -ausstiege und -konzepte sind in seinem Buch alle nötigen Grundlagen für erfolgreiche Werbebriefe gesammelt nachzulesen.

Der Autor. Stefan Gottschling hat gut 20 Jahre Direktmarketing-Erfahrung, schreibt Bücher über Marketing und über das Texten. Mit seinem Buch "Stark texten, mehr verkaufen" schuf er ein "Referenzwerk aus der Praxis für die Praxis". Er ist Geschäftsführer der Textakademie GmbH, Gründer des SGV Verlags und hat als Trainer in Texter-Seminaren bis heute viele tausend Zuhörer begeistert.

Portrait

Die Textakademie ist ein Trainings- und Beratungsunternehmen, das viele tausend Seminarteilnehmer begeistert hat. Der

Schwerpunkt liegt auf konkretem Praxisbezug. Das umsatzsteigernde und sofort umsetzbare Ergebnis der Seminarinhalte wird von den Teilnehmern besonders geschätzt. Die Textakademie ist Ihr Ansprechpartner, wenn es um die Themen verkaufsstarke Texte und Kreativitätstechniken geht.

News-ID: 257998 • Views: 1262 (Stand: 10.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/257998/Werbebriefe-als-Dialogmarketing-Medium-sehr-beliebt.html>