

*Contentixx 2019  
Eike Kewitz  
[www.elbcontent.de](http://www.elbcontent.de)*

# **DIE MACHT VERKAUFSSTARKER TEXTE**

**UND DIE KUNST, SIE ZU SCHREIBEN**

Oder:

**45 MINUTEN**

# **KLARE KANTE**

**GEGEN ÖDE INHALTE IM NETZ**

**Also gegen sowas hier:**

## **Herzlich willkommen auf unserer Webseite!**

Die IT-Welt ist stark am Wachsen. Wir sind Ihr kompetenter Partner für maßgeschneiderte IT-Lösungen im Bereich der Telekommunikation. Dabei wird Qualität bei uns großgeschrieben. Unser Team aus erfahrenen Experten arbeitet Hand in Hand, damit Sie sich wieder aufs Wesentliche konzentrieren können.

**PRÄDIKAT:  
SINNLOSES  
PHRASENGEDRESCH.**

Oder sowas:

## Neues Smartphone gesucht?

**PRÄDIKAT:**  
OHNE JEDEN MEHRWERT.

Mit dem Handy-Finder von [REDACTED] findet man immer das passende Gerät. Egal, ob ein Smartphone gesucht wird, das wasserdicht ist, ein Kamera-Wunder mit reichlich Megapixeln oder aktuelle Tests von Samsung, Apple und Co. Welches Handy persönlichen Bedürfnissen gerecht wird, verrät die Smartphone-Suche. Neben dem Handy-Vergleich ist auch ein übersichtlicher Preisvergleich möglich.

Oder auch sowas:

**PRÄDIKAT:**  
STAUBTROCKEN  
UND UNKREATIV.

## **Erstellen von Aufzählungslisten:**

Bei Aufzählungslisten beginnt jeder Absatz mit einem Aufzählungszeichen. In nummerierten Listen beginnt jeder Absatz mit einem Ausdruck, der eine Zahl oder einen Buchstaben und ein Trennzeichen (Komma, Klammer usw.) enthält. Wenn Sie in einer nummerierten Liste einen Absatz hinzufügen oder einen Absatz aus der Liste entfernen, wird die Nummerierung automatisch aktualisiert. Sie können die Art des Aufzählungszeichens bzw. das Nummerierungsformat, das Trennzeichen, die Schriftartattribute und Zeichenformate sowie die Art und die Größe des Einzugs ändern. [...]

# **GUTE TEXTE BRAUCHT DAS NETZ.**

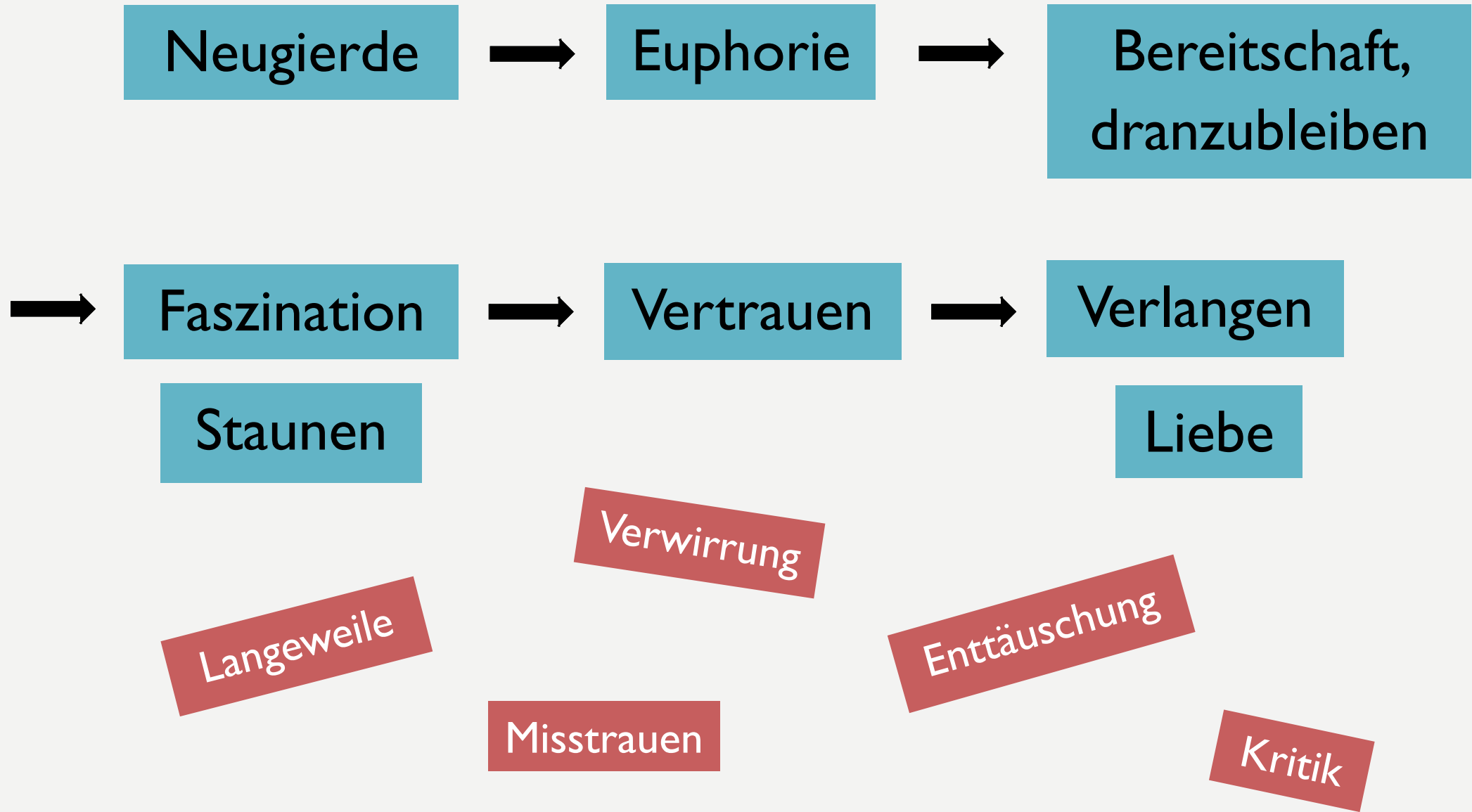
**Aber woher nehmen und nicht duplizieren?**

- Wie wirken verkaufstarke Texte auf uns?
- Wodurch zeichnen sie sich aus?
- Wie kannst Du beim Schreiben vorgehen?
- Was ist beim Optimieren alles zu berücksichtigen?

# WER IST DAS DA VORNE?

- Ich bin der **Eike**
- Freier und leidenschaftlicher **Texter** & Redakteur für exzellente Online-Inhalte
- Aus **Hamburch**
- [www.elbcontent.de](http://www.elbcontent.de)





Oder auch: AIDA-Modell mit L-Anbau



# DIE POSITIVEN EMOTIONEN VERFEHLT?

Die wahrscheinlichen Konsequenzen:

- Schlechte Klickraten in sozialen Netzwerken
- Schlechte Conversion-Rates auf Websites
- Kurze Verweildauer und hohe Absprungrate
- Schlechtere Suchmaschinenrankings

# **VERZAUBERE DEINE ZIELGRUPPE.**

Fasziniere sie mit verkaufsstarken und kreativen Texten.

Aber was zeichnet diese Texte denn aus?

# WAS ZEICHNET VERKAUFSSTARKE TEXTE AUS?

Diese Pasta ist die erste, die fast keine Kohlenhydrate mehr enthält, ziemlich genauso schmeckt wie echte Pasta auch und die auch von Veganern gegessen werden kann – z.B. als Pasta mit Tomatensoße. Jetzt kaufen und genießen!

Endlich kannst Du wieder **Pasta genießen, ohne ein schlechtes Gewissen zu haben**. Und ohne auf den vertrauten Geschmack normaler Nudeln verzichten zu müssen. Ab sofort gibt's **fast kohlenhydratfreie Pasta** auf den Tisch. Auf Samenbasis. Du **kochst sie wie immer**, reduzierst nur ein bisschen die Hitze. Und bist **im siebten Himmel**, wenn Du beispielsweise eine aromatische Tomatensoße dazu machst. Ob Du davon satt wirst? Klar, so satt wie von normalen Nudeln auch. Bestelle jetzt und freue Dich auf ein **veganes Abendessen in Perfektion**.

- ✓ Verbesserte Handlungsaufforderung
- ✓ Direkte Leseransprache
- ✓ Aktivform und kürzere Sätze
- ✓ Füllwörter raus
- ✓ Ausgeschriebene Abkürzungen
- ✓ Synonyme und Hervorhebungen
- ✓ **Bildhaftes, emotionales Schreiben**
- ✓ **Benefits statt Attribute**



# UND WIE GEHST DU DA RAN?

Was brauchst Du, um solche Texte zu schreiben?

# 1. INHALTLICHE PUNKTE SAMMELN.

*Beispiel: Produkttext*

**Das Vorhaben & die Ziele:**

Was hast Du genau vor und was möchtest Du damit erreichen?

**Die Zielgruppe:**

Für wen ist der Inhalt gedacht? Wer soll das lesen und konvertieren?

**Die Insights:**

Worin besteht das Problem oder die Situation dieser Menschen?

**Das Produkt:**

Was für ein Produkt bietest Du an und was kann es?

**Die Benefits:**

Was hat der Kunde davon, wenn er kauft? (Ebenenmodell erstellen)

**Die Alleinstellungsmerkmale:**

Warum sollte der Kunde gerade Dein Produkt kaufen?

**Die Mitbewerber:**

Wie nimmst Du Deine Konkurrenten wahr? Was machen die, was Du besser machst?

**Die Botschaft:**

Welche konkrete Botschaft möchtest Du transportieren?

**Die Tonalität:**

Wie sollten wir Deine Zielgruppe ansprechen? Mit welchen Wörtern?

**Der Beweis:**

Warum sollte die Zielgruppe das glauben, was Du ihr erzählst?

## 2. KREATIVE LEITIDEE FINDEN.

Kreativitätsübungen helfen.

**Übung eins:** Immer wieder Gegenstände aus dem direkten Umfeld nehmen und für 15 Minuten verschiedene Ideen ausbrüten, was man alles mit diesem Gegenstand machen könnte (außer dem, was man sowieso damit macht).



- Als Spiegel benutzen
- Erde graben, wenn keine Schaufel da ist
- Eierlaufen
- Trommelstock
- Katapult
- Zaubertricks
- Türgriff mit etwas handwerklichem Geschick

**Übung zwei:** Ein Bild vornehmen, beispielsweise aus der Bildersuche oder aus sozialen Netzwerken, und einfach für 15 Minuten auf einem leeren Blatt Papier drauf los schreiben, was man sieht, fühlt oder denkt. Fast automatisch entsteht dabei eine kreative Geschichte und Du kommst wunderbar in den Schreibfluss, den Du für den Text danach brauchst.

# 3. RUNTERSCHREIBEN UND DANACH AUF LESBARKEIT / QUALITÄT OPTMIEREN

## Textstil:

- ✓ **Aktivform** verwendet?
- ✓ Direkte **Lesersprache** beachtet?
- ✓ **Abkürzungen** ausgeschrieben?
- ✓ **Silbenreiche Wörter** durch kürzere ersetzt?
- ✓ Sinnlose **Füllwörter** und **Phrasen** gestrichen?
- ✓ **Synonyme** für das Hauptwort sowie Fachtermini eingebaut?
- ✓ **Punkte** statt Ausrufezeichen?

## Textstruktur:

- ✓ **Kurze Sätze** geschrieben?
- ✓ Mehrere **kurze Absätze** statt Textblock formuliert?
- ✓ Eventuell **Responsive-Text** geschrieben?
- ✓ **Aufzählungslisten** / **Vorteilslisten** eingebaut?
- ✓ **Tabellen**, sofern sinnvoll, erstellt?
- ✓ **Überschriften** korrekt formatiert?
- ✓ Wesentliche Textstellen durch **Fettschrift** hervorgehoben?

## Textinhalt:

- ✓ Ist eine packende **Headline** mit einem kraftvollen **Call to Action** vorhanden?
- ✓ Machen die ersten paar Zeilen Text **Lust aufs Weiterlesen**?
- ✓ **Benefits** statt Produktsicht?
- ✓ Ist der Text **empathisch**, indem er die **Situation oder das Problem der Zielgruppe** aufnimmt?
- ✓ Sind im Text am besten verkettete **Handlungs-Aufforderungen** verbaut?
- ✓ Kommt die **Botschaft** an?
- ✓ Unterstützen **andere Medien** den Text sinnvoll?

# 4. JETZT NOCH TECHNISCH OPTIMIEREN.

- ✓ **Beweisführende Begriffe** der Fokus-Keywords im Text untergebracht, aber ohne zu spammen?
- ✓ Ansprechende **Metadaten** für Suchmaschinen definiert?
- ✓ Empathische Daten für **Open Graph** und **Twitter Card** mit allen weiteren erforderlichen Tags definiert?
- ✓ **Strukturierte Daten** definiert und korrekt eingebaut?



# EIN PAAR HILFSMITTEL ZUM SCHLUSS.

- **Metadaten checken:** SISTRIX SERP-Vorschau
- **Open Graph checken:** Facebook-Debugger
- **Strukturierte Daten prüfen:** Google Testtool für strukturierte Daten
- **Lesbarkeit optimieren:** karlsCORE-Content-Tool und Everythink-Content-Karten
- **Fürs Ebenenmodell und FAQs:** Fragentool von karlsCORE oder Answerthepublic
- **Textstil verbessern:** Wortliga-Textanalyse und visual-matters.com
- **Grammatikfehler / Rechtschreibfehler ausbessern:** Languagetool.org



# WIR SCHNACKEN GLEICH.

DANKE, DASS DU DA WARST.

**Eike Kewitz**

w [www.elbcontent.de](http://www.elbcontent.de)

f [www.facebook.com/eikekewitz](http://www.facebook.com/eikekewitz)  
[www.facebook.com/elbcontent](http://www.facebook.com/elbcontent)

x [www.xing.com/profile/Eike\\_Kewitz](http://www.xing.com/profile/Eike_Kewitz)