

Checkliste AIDA – Formel

Mit dieser **Argumentationskette** der AIDA Formel aus dem amerik. Direktmarketing wird der Leser „optimal“ angesprochen.

Die Vorgehensweise wird schon Jahrzehnte für Werbebriefe, Mailings und Anzeigen eingesetzt und ist deshalb sehr erprobt und erfolgreich!

Baue deine Verkaufsmailings nach folgender Struktur auf:

1. Aufmerksamkeit (**A**ttention) wecken

- Verspreche in deiner Betreffzeile, im ersten Absatz den größten Vorteil deines Angebotes!
- Verwende eine direkte Ansprache in der Sie oder Du Form
- Erweitere , im zweiten Absatz, den Vorteil.

2. Interesse (**I**ntrest) erzeugen

- Stelle deine Verkaufsargumente aus Sicht des Lesers da, nicht aus deiner oder Sicht deines Unternehmens
- Was kann dein Kunde damit erreichen, seine Traum erfüllen, Geld sparen, schlank werden, entspannter werden.
- Zeige dem Kunden den **Nutzen** deiner Dienstleistung oder Produktes
- verwende Aufzählung um die Vorteile aufzuzählen

3. Kaufwunsch (**D**esire) auslösen

- Finde das entscheidende Plus für dein Angebot!
- Wo liegt der Unterschied zwischen deinem Angebot und dem Wettbewerb?
- Bringe handfeste Argumente übertreibe aber nicht!
- Unterstreiche dein Angebot mit „Beweisen“ am besten mit Kundenstimmen bzw. -bewertungen.

4. Handlung und Kauf (**A**ction) auslösen

1. Schritt : dem Kunden eine untergeordnete Entscheidung treffen lassen, z.B. in Form einer Umfrage ausfüllen lassen, ein Lehrvideo anschauen, ein Goodie downloaden und anschauen.
2. Schritt: Begrenzungen einsetzen, in Form von Menge oder Zeit, „nur gültig bis...“ Begrenzung auf bestimmte Gruppen, „nur für Stammkunden“; Einführungsangebot mit günstigem Preis, Handlung des Kunden erforderlich, z.B. Ausfüllen einer Umfrage, dann 10 % Rabatt