



MagicCopywriting für Anzeigentexte

- Wenn du einen großartigen Text schreibst, werden deine Leute stoppen und deine Anzeige lesen, anhören oder ansehen
- Finde heraus, was die richtige Zielgruppe ausmacht, damit du sie ansprechen kannst
- Führe regelmäßig (einmal im Quartal) Daten Analysen durch, damit du erfährst, was funktioniert und was nicht, damit dich kontinuierlich verbessern kannst.
- Stelle sicher, dass dein Text zu deinen Bildern passt
- Stelle sicher, dass dein Text deinem Kampagnenziel entspricht
- Kleinere Zielgruppen bedeuten effektivere Anzeigen
- Verwende eine einfache Sprache, die selbst ein Drittklässler verstehen kann
- Nutze die Macht der sozialen Beweises in deinen Anzeigen (meine Klienten sagen..., meiner Klientin ging es so...)
- Mach es emotional
- Verwende FOMO (Fear of Missing Out= Die Angst etwas zu verpassen)
"Vorraussichtlich werde ich es nicht mehr in dieser Art anbieten", "Vermutlich ist es das letzte mal kostenfrei", "für kurze Zeit"
- Eine beliebte Taktik ist etwas polarisierendes zu sagen, um die Aufmerksamkeit zu bekommen und dann zu relativieren
- Wecke Neugier
- Verwende Superlative und Powerwörter (siehe Sheet Powerwörter)
- Teste auch eine Version, bei der es nicht um dich geht
- Erwarte Einwände gegen dein Material und behandle es vorab
- Die Überschrift muss in der Vorschau alles wichtige sagen
- Fünf Möglichkeiten für leistungsstärkere Facebook-Anzeigenüberschriften:
 - Fragen stellen
 - Eine Bestellung aufgeben
 - Auflistung eines Vorteils
 - Inspirierende Neugier
 - Listen nutzen
- Sprich deine Zielgruppe direkt an
- Stelle eine klare Frage im Anzeigentext
 - Stelle eine Frage, die die Probleme der Interessenten betreffen im oberen Teil des Textes, der in der Vorschau angezeigt wird. Dass Gehirn muss Fragen beantworten. Hast du zum Beispiel eine lokale Praxis in München für Hormonprobleme, dann schreibst du München, Hormonprobleme?



- Du willst fit und gesund für den Sommer sein? Hol dir den 14-Tage Plan. Dein Angebot sollte noch vor dem “mehr lesen” Abschnitt kommen
- Nenne dein Angebot
 - Wenn du dein Angebot nennst: sage dazu, warum es so speziell ist, warum du es gerade kostenfrei zur Verfügung stellst (sonst denken die Leute, wenn es kostenfrei ist, ist es nicht gut) Sommer Anfang, Jubiläum, Geburtstag
- Verlinke deine Landingpage. Benutze einen Link-Shortener, wie Bit.ly. er macht den Link kürzer und weckt Neugier.
- Erschaffe Glaubwürdigkeit. Erkläre, warum man trauen sollte, weil du vor Ort gearbeitet hast, langjährige Erfahrung hast, es selbst erlebt hast, 300 oder vielen Klienten geholfen hast
- Beachte den Persönlichkeitsfaktor, so dass du beweist, du kennst die Interessen deiner Audience (sprich über angesagte Themen)
- Würze mit Humor
- Sprich mögliche Einwände schon vorher an
- Bilde noch mehr Vertrauen und Rapport, sprich über etwas, von dem du weißt, es bewegt sie gerade
- Nenne deinen Klientenerfolg, was sie an dich schätzen oder wie viele glücklich mit deinem Angebot sind oder wie viele Klienten du schon in deiner Community hast und wie viele du noch dazu nimmst. 550 Mitglieder, wir fügen noch 50 hinzu
- Sprich darüber, wie sie das Angebot bekommen, stell dir vor, du erklärst einem 5-jährigen, wie es funktioniert. Klicke hier, du kommst da drauf, trägst deine Email ein, du erhältst das EBook.