

Texten mit BELA

BELA steht für Belohnung, Empathie, Lösung und Aufforderung (Angebot).

Mit Bela lassen sich Startseiten, Angebotsseiten, Landingpages, Social Media Posts, E-Mail-Kampagne und auch Blogartikel strukturieren und schreiben.

Wenn Du mit der BELA-Textformel schreibst, zeigst Du Deinen Lesern, dass Du sie verstehst. Damit gelingt es Dir, Deine Leser "abzuholen".

B wie Belohnung

Am Anfang willst Du die Aufmerksamkeit Deiner Leser erringen. Am einfachsten gelingt das mit der Belohnung. Stelle das Ziel in Aussicht und schildere es so, dass der Leser in den Text einsteigen mag. Mach keine leeren oder überzogenen Versprechungen und bleibe auch nicht bei Allgemeinplätzen stehen.

Schlechtes Beispiel:

Ich zeige Dir, wie Du in nur 3 Tagen ohne Arbeit 10359,66 Euro verdienen kannst.

Du brauchst zwar ein möglichst großes Versprechen, aber eines, das Du auch wirklich halten kannst. Die Überschrift muss den Kundennutzen beinhalten.

Gutes Beispiel:

Überschrift: Fühl Dich endlich wieder wohl in Deinem Körper

Unterzeile: Dein 3-Tages-Vital-Coaching, mit dem Du wieder rundum fit wirst

Dann kannst Du im anschließenden Fließtext Deine Belohnung noch greifbarer machen. Führe beispielsweise drei Punkte zur Hervorhebung des Nutzens für den Leser oder Kunden auf. Das kannst Du beispielsweise schön mit Aufzählungspunkten oder auch mit Kästen gestalten.

- Nutzen 1 - Text, der erklärt, wie Du den Nutzen erreichst (Methode / Lösung / Produkteigenschaft)
- Nutzen 2 - Text, der erklärt, wie Du den Nutzen erreichst (Methode / Lösung / Produkteigenschaft)
- Nutzen 3 - Text, der erklärt, wie Du den Nutzen erreichst (Methode / Lösung / Produkteigenschaft)

E - wie Empathie

Jetzt wird es Zeit, Rapport mit dem Leser herzustellen. Zeige Deinen Lesern, dass Du sie verstehst - und nicht (nur) auf ihr Geld aus bist. Du weißt, wo der Schmerzpunkt ist, wo der Schuh drückt.

Schreibe hier über die Probleme, Ängste, Hürden aber auch Wünsche Deiner Kunden. Das darf ruhig etwas ausführlicher werden. Strukturieren kannst Du diesen Teil, indem Du zunächst das Ziel oder den Wunsch beschreibst, dann die Hürde und dann die Ausgangslage oder das Problem.

Du kannst die Reihenfolge auch drehen:

Erst die Ausgangslage oder das Problem, dann die Hürde, dann Ziel oder Wunsch schildern.

Mit der Schilderung des Problems ziehst Du den Leser weiter in Deinen Text hinein. Denke an Deine Persona, besser noch an echte Kundinnen und Kunden. Beschreibe das Problem bildhaft und anschaulich. Mach es mit einem Namen konkret. In diesem Fall

Beispiel:

Und plötzlich bist Du wach. Zum Aufstehen ist es noch zu früh, aber Du weißt, wenn Du jetzt wieder einschläfst, bist Du nachher zum Wecker wie gerädert. Jetzt drückt auch noch die Blase. Wann schläfst Du endlich mal wieder durch?

Du verstehst die Hürde, die Andrea am Durchschlafen hindert.

Dann zeigst Du das Ziel auf. Den Silberstreifen am Horizont, wie es sein kann. Zeige, wie die Person mit dem Problem umgeht. Dabei solltest Du nicht übertreiben - wahrscheinlich wird Andrea nicht unbedingt sofort durchschlafen wie ein Baby - aber wenn Du zeigst, dass sie einfach besser mit der Situation umgehen kann, Hilfen an der Hand hat, die sie ruhiger werden und dadurch wieder einschlafen lassen, passt es.

L - wie Lösung

Und jetzt wird es Zeit für Deine Lösung. Denn jetzt sind Deine Leser bereit für ihre Kaufentscheidung. Sie haben Vertrauen gefasst, weil sie gesehen haben, dass Du sie verstehst.

Jetzt darfst Du mit Zahlen, Daten und Fakten raus, jetzt darfst Du Methoden nennen - und musst es sogar. Denn nun hilfst Du dem Leser, die emotional getroffene Entscheidung noch rational zu begründen. Hier sind Listen mit Aufzählungspunkten, Kästen mit Produkteigenschaften völlig ok - Fließtext aber auch.

A - wie Aufforderung oder Angebot

Jetzt machst du das Angebot konkret und schließt mit Deiner Handlungsaufforderung. Statt plump "Jetzt kaufen" auf den Button oder Link zu schreiben (das wirkt immer ein wenig wie "Kauf endlich, Du Arsch!") fokussierst Du Dich auf das, was der Kunde bekommt.

Beispiel:

Buche hier Deinen Kurs für zauberhaftes Durchschlafen

oder

Jetzt entspannt durch die Nacht!

BELA zusammengefasst

- Stelle eine große Belohnung in Aussicht (Überschrift und TextEinstieg)
- Beweise Empathie - und das ruhig ausführlich
- Präsentiere sachlich die Lösung
- Fordere auf, sich den Nutzen zu sichern