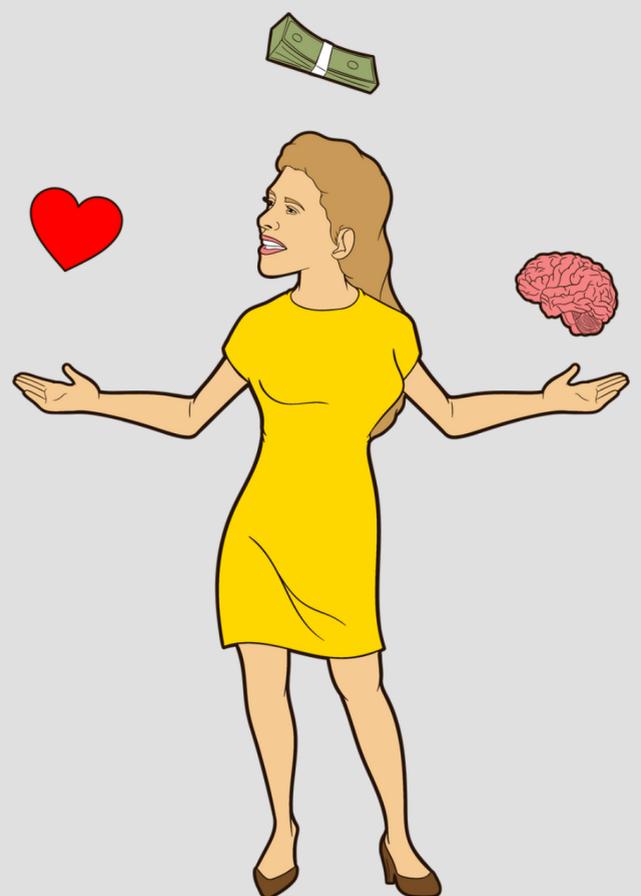


DIE ULTIMATIVE ANZEIGEN- FORMEL



VON MIRIAM BETANCOURT

Storymarketing für Hirn, Herz und Geldbörse

Hallo,

wie schön, dass Du da bist.

Und ich weiß, warum.

Keine Sorge. Ich kann keine Gedanken lesen und auch sonst keinen Feenstaub versprühen.

Aber ich weiß, womit viele Onlineunternehmer kämpfen ...

...weil ich das auch mal getan habe (ist Gott sei Dank vorbei) und ...
...weil ich jeden Tag viele Beispiele sehe.

Die Anzeigenpreise auf Facebook und Co. steigen - immer weiter.

Und:

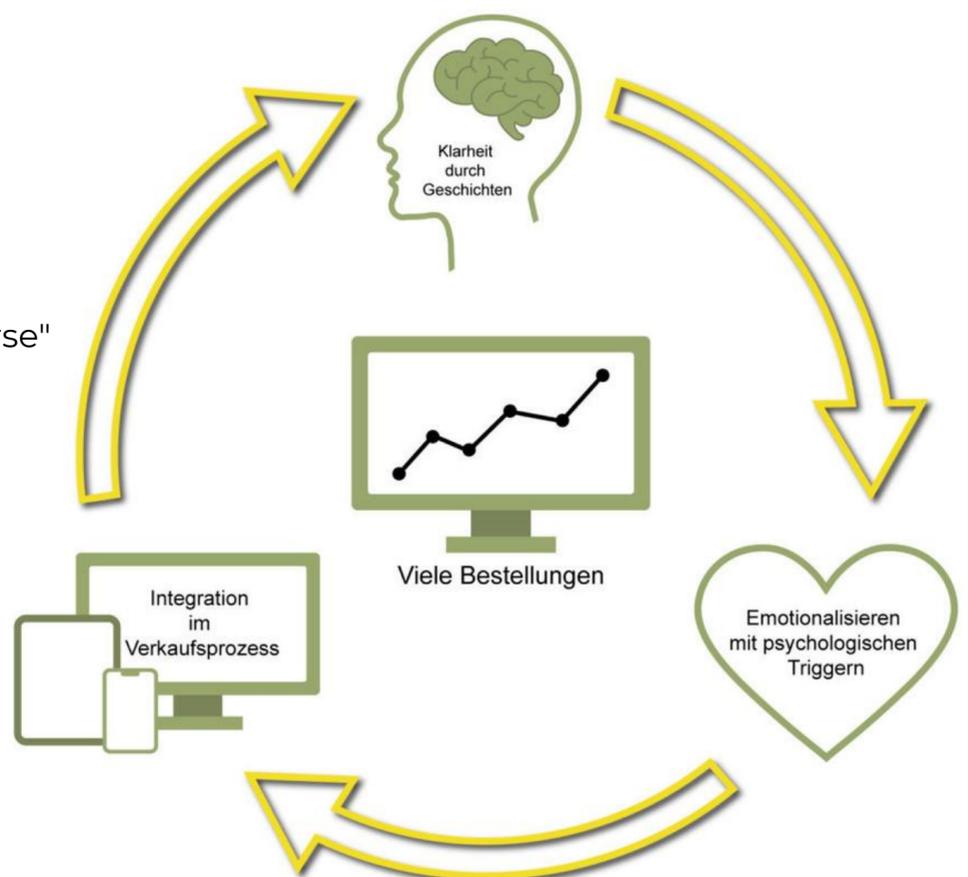
Viele Unternehmer haben zu wenig Kunden.

Für beides gibt es EINE Lösung-Strategie. .

Kurz ein paar Worte zu mir:

Mein Name ist Miriam Betancourt und
ich bin Gründerin von
"Storymarketing für Hirn, Herz und Geldbörse"
(siehe Grafik).

Und aus diesem System gebe ich Dir heute
eine starke Komponente an die Hand:
die ultimative Anzeigenformel.

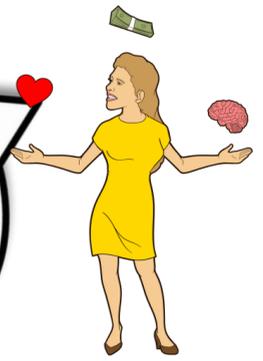


Also lasse uns losgehen und einen
Blick in den Werbeanzeigenmanager
werfen



Neun Elemente für eine ultimative Anzeige

SEITE 2
VON 3



1

Starte mit einer Frage, die direkt zur Zielgruppe spricht. Das bekommt die Aufmerksamkeit und zieht weiter in den Text.

2

Nutze Storytelling-Elemente, um eine emotionale Brücke zu schlagen, wie "Ich fühle, habe entdeckt, ...", gefolgt von einer "Entdeckung", die nachher zum Angebot führt.

3

Sage Ihnen, was sie bekommen und wie sie davon profitieren können, wenn sie es anwenden.

4

Gebe eine Zeitkomponente dazu, damit klar ist, dass jetzt eine Handlung wichtig ist

5

Gebe eine klare Handlungsanweisung, was jetzt zu tun ist. Im Onlinemarketing-Sprech CTA (Call to Action) genannt.

Frage stellen, die den Schmerz des Adressaten aufgreift	1
Schmerz weiter aufgreifen, Sympathie und Vertrauenswürdigkeit aufbauen	2
Das Angebot	3
Eine Zeitkomponente reinbringen wie „erstmal“ oder „in dieser Woche“	4
Handlungsaufforderung (CTA: Call to Action)	5
URL	6
Titel (optional) ⓘ	
Angebot klarmachen	8
Beschreibung (optional) ⓘ	
Handlungsaufforderung	9



6

Nutze einen Link, der verrät, was sich dahinter befindet.

7

Ein Bild, das anders ist als sonst, oder eine emotionale Geschichte erzählt

8

Noch einmal das Angebot betiteln

9

Noch einmal Handlungsaufforderung

Resultate beschleunigen

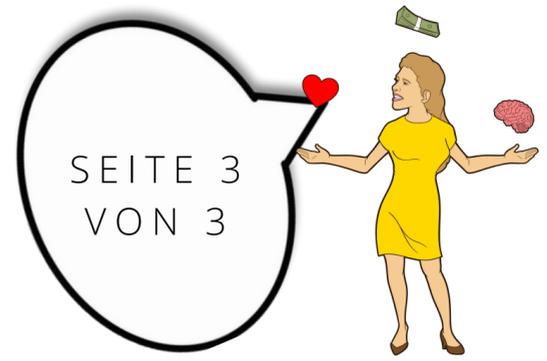
Du hast eine Formel in der Hand, die richtig angewendet, **massive Ergebnisse bringen kann**.

Aber lasse mich ganz ehrlich sein: Eine Anzeige allein wird das Business nicht nach vorne bringen. Außerdem lässt jede gut laufende Anzeige mindestens zwei Drittel des Umsatzes ungenutzt, wenn man nicht noch ein paar andere Dinge tut. Ich habe herausgefunden, **dass ich am besten helfen kann, wenn ich einen Blick auf Deine individuelle Situation werfe**. Normalerweise koste ich 300 Euro die Stunde. Du kannst Dich aber hier jetzt für ein kostenloses halbstündiges Gespräch bewerben. Danach ist Dir ganz klar, was bisher für eine erfolgreiche Strategie gefehlt hat und wie Du am besten Ergebnisse bekommst.

Warum tue ich das? Um Dir den Wert meines Systems "Storymarketing für Hirn, Herz und Geldbörse" zu zeigen, so dass Du eines Tages mit mir arbeiten willst...aber keine Sorge..das Gespräch ist **absolut unverbindlich und kostenlos**. Die Anzahl der Plätze ist allerdings **limitiert**:

Hier Termin mit Miriam machen und Fragebogen ausfüllen

Ein Anzeigen-Beispiel (ohne weiteres Bild)



Umsetzung

Formel

Frage stellen, die den Schmerz des Adressaten aufgreift **1**

Schmerz weiter aufgreifen, Sympathie und Vertrauenswürdigkeit aufbauen **2**

Das Angebot **3**

Eine Zeitkomponente reinbringen wie „erstmal“ oder „in dieser Woche“ **4**

Handlungsaufforderung (CTA: Call to Action) **5**

URL **6**

Titel (optional) ⓘ

Angebot klarmachen **8**

Beschreibung (optional) ⓘ

Handlungsaufforderung **9**



Wie schaffen es Onlineunternehmer, eine gut funktionierende Anzeige aufzusetzen? **1**

Bei der Frage habe ich früher auch eine Schreibblockade bekommen, muss eine Anzeige doch so viele Aufgaben gleichzeitig erledigen. **2**

Das ist vorbei.

Wenn ich anfangs auf den weißen Bildschirm zu starren, orientiere ich mich an meiner ultimativen Anzeigen-Formel.

Sie beginnt mit drei wichtigen Punkten:

- 1 Ich will das Weiterscrollen stoppen.
- 2 Der Text soll gelesen werden...
- 3 und ich möchte, dass jemand auf den Link klickt.

Lasse uns mit dem ersten Schritt starten– das Weiterscrollen stoppen.

Das erreichen wir, in dem unser Bild heraussticht. (Das Bild oder Video ist zu 80 Prozent dafür verantwortlich, ob unsere Anzeige gut läuft oder ein Rohrkrepierer wird. Denn damit stoppen wir das Weiterscrollen).

Wie machen wir das?

Da gibt es mehrere Wege.

Aber der einfachste ist, das zu tun, was sonst keiner macht.

Ein Beispiel: Wenn alles bunt ist, dann zeigen wir eben ein schwarz-weißes Bild. Ähnlich wie ich es hier benutzt habe.

Wenn der Tipp gefallen hat, dann kommt hier mehr in meiner „Ultimativen Anzeigen-Formel“, die ich erstmals zur Verfügung stellen. Sie hat mich noch immer aus jeder Schreibblockade rausgeholt. **3** **4**

Jetzt hier klicken, Newsletter bestellen und die Formel kommt ins E-Mail-Postfach. **5**

www.miriam-betancourt.de/ultimative-anzeigenformel **6**

Ultimative Anzeigenformel kostenlos bekommen **8**

Jetzt hier klicken **9**

Ich kann Dir am besten helfen, wenn ich mir Deine individuelle Situation anschaue, analysiere was bisher die Hürden waren und nun die nächsten Schritte sind, damit Du nicht weiter Geld auf dem Tisch liegen lässt. Die Anzahl der Plätze ist limitiert.

Hier Termin mit Miriam machen und Fragebogen ausfüllen