

DM-Consigli

Scrivete nella forma attiva!



Le lettere promozionali devono essere facilmente leggibili, informative e personali. La pubblicità è una lettura poco amata! Per cui arrivate al dunque velocemente, coinvolgete il lettore e destate il suo interesse. Inoltre è importante che evitate frasi passive e che utilizzate pochi sostantivi. In caso contrario il testo diventerebbe incomprensibile, poco informativo e anonimo. Esprimetevi nella forma attiva e il vostro testo diventerà vivace!

Riducete le espressioni passive

Ci sono testi in cui la forma passiva ha assolutamente la sua ragionevolezza. A questi appartengono verbali e relazioni. Tuttavia anche in questi casi l'autore dovrebbe cercare di ridurre il numero di frasi passive per realizzare un testo informativo e comprensibile. Al contrario nei testi pubblicitari la forma passiva è tabù. Consigli per la distribuzione

Esempi di frasi passive e possibili alternative:

passivo	osservazioni sul passivo	attivo
Ogni possibilità <i>viene sfruttata</i> da tutti i collaboratori per abbassare i costi.	La frase è complicata.	I collaboratori <i>sfruttano</i> ogni possibilità per abbassare i costi.
In aprile è <i>stato bandito</i> un concorso creativo.	Il lettore si chiede: «Da parte di chi?» Il testo non è informativo.	In aprile <i>il circolo pubblicitario ha bandito</i> un concorso creativo.
La nuova linea di prodotti è molto <i>apprezzata</i> .	Anche in questo caso il testo omette la persona in azione. Non è informativo.	<i>I consumatori apprezzano</i> la nuova linea di prodotti.
Le frasi brevi <i>sono da preferire</i> .	«sono da preferire» è un passivo nascosto.	<i>Preferite</i> le frasi brevi.

Consiglio:

Cercate sempre il fattore causante o la persona responsabile.

Date alle cose un'indole, mentre gli fate «fare» qualcosa. Così, per esempio, una lettera ci lega, il sole riscalda, una slitta risveglia ricordi d'infanzia, una pralina invoglia ecc.

Scrivete nella forma attiva!

Una malattia diffusa delle lettere promozionali è la sostantivite. Troppi sostantivi rendono la vostra lettera promozionale burocratica e rallentano lo scorrere della lettura. Cercate di sostituirli con dei verbi attivi. Eccovi qualche esempio:

Invece di:	Meglio:
Mettiamo <i>xy</i> a vostra <i>disposizione</i> .	<i>Ricevete</i> ...
La sua <i>partecipazione</i> ci farebbe molto piacere.	Saremmo lieti se lei <i>partecipasse</i> .
Attraverso la <i>riduzione</i> dei costi di gestione potete realizzare un aumento del 15% del vostro guadagno.	Poiché i costi di gestione <i>si riducono</i> , il vostro guadagno <i>aumenta</i> del 15%.

Esercitarsi, esercitarsi, esercitarsi ...

Nei prossimi giorni esercitate la scrittura in forma attiva con ogni testo, siate convinti di queste e-mail, note, relazioni ecc.. Dove è possibile e sensato, sostituite le espressioni passive e i sostantivi con dei verbi attivi. Vedrete: il vostro stile inizierà a vivere!

Per ulteriori informazioni visitate il sito www.posta.ch/directpoint.

La Posta Svizzera
PostMail
Marketing diretto
Viktoriastrasse 21
3030 Berna

Telefono 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.posta.ch/directpoint