

Der Textletter – Dezember 2009

Hier finden Sie Ideen und Impulse rund um glaubwürdige Marketing-Texte

Themen dieses Textletters:

1. Inspiration – Schreib-Experiment: Einzigartigkeit
2. Goldstück – Verlosungsaktion zu Weihnachten
3. Vorher-Nachher – Herzlich willkommen – nein, danke!
4. Bücher & Co.– Das Christentum

5. In eigener Sache
KOSTENLOSES E-BOOKLET
„So finden Sie Ihre Position am Markt“
NEU: Tipp-Booklet
„Überwinden Sie Ihre Scheu vor Akquise“

Textletter weiter empfehlen, abbestellen, Kontakt aufnehmen

Sie können diesen Newsletter auch in Layout-Version auf meiner Website lesen:
<http://www.annjaweinberger.eu/modules/info/index.php?id=3:42>

1. Inspiration – Fassen Sie Ihre Einzigartigkeit in Worte

Mein neues Buch „Corporate Identity – Großer Auftritt für kleine Unternehmen“ nimmt mehr und mehr Gestalt an. Erscheinen wird es im Frühjahr 2010. Lesen Sie 25 Gedanken aus dem Buch schon jetzt in meinem Blog <http://experimentier-blog.im-blog.de>.

Mit diesem Buch möchte ich Selbstständige, kleine Unternehmen und Organisationen ermutigen, den Blick aufs große Ganze zu wagen. Den Blick auf die Identität und das Image des eigenen Unternehmens oder der Organisation. Den Blick auf die Vision, auf das Verhalten, das Sie und Ihre Mitarbeiter an den Tag legen. Den Blick auf die visuelle und verbale Kommunikation nach innen und nach außen. Ein weiter Blick also.

Was haben Sie eigentlich davon, wenn Sie sich eines Management-Ansatzes bedienen, von dem viele denken, er sei großen, internationalen Konzernen vorbehalten?

Eine Menge handfester Vorteile, darunter:

- Sie machen sich Ihre Einzigartigkeit bewusst und können sie zum Ausdruck bringen
- Sie entdecken die Kommunikationswege, die zu Ihnen passen und verzetteln sich weniger
- Sie sorgen dafür, nicht missverstanden, sondern richtig gesehen zu werden

All das wirkt sich positiv auf Ihr Image aus – also darauf, wie man Sie wahrnimmt. Und das wiederum ist entscheidend dafür, ob andere mit Ihnen zusammen arbeiten wollen oder nicht.

Fassen Sie Ihre Einzigartigkeit in Worte!

Heute möchte ich Sie zu einem kleinen Schreib-Experiment auffordern: Greifen Sie zu Stift und Papier und notieren Sie spontan Antworten auf folgende Fragen:

1. Welche Wünsche kann mein Unternehmen / meine Organisation erfüllen wie kaum jemand sonst?
2. Was habe ich von Außenstehenden des öfteren als Feedback auf meine / unsere Arbeit gehört?
3. Auf welches Beispiel für meine Arbeit bin ich besonders stolz – welches Problem konnte ich da lösen?

Vielleicht haben Sie schon oft über solche Fragen nachgedacht. Schreiben Sie Ihre heutigen Einfälle trotzdem auf.

Damit haben Sie eine Sammlung an Gedanken, Begriffen und vielleicht auch schon Sätzen, die höchstwahrscheinlich kein anderes Unternehmen / keine andere Organisation 100prozentig genau so notiert hat.

Und jetzt suchen Sie bitte noch nach einzelnen Worten. Lassen Sie sich hier ein wenig mehr Zeit und versuchen Sie, die am besten passenden Worte zu finden. Suchen Sie das ideale Wort, die Seele dessen, was Sie einzigartig und unverwechselbar macht. Als Beispiele für die Wortkategorien habe ich bewusst keine business-affinen Worte benutzt, um Sie nicht auf gängige Bahnen zu lenken.

Mit welchen Adjektiven (laut, leise etc.) würde ich mein Unternehmen / meine Organisation beschreiben?

Mit welchen Verben (sitzen, stehen, liegen etc.) drücke ich aus, was mein Unternehmen / meine Organisation tut?

Mit welchen Substantiven (Sonne, Mond, Sterne etc.) erkläre ich, was mein Unternehmen / meine Organisation macht.

Ziel ist nicht, um jeden Preis originelle Wortschöpfungen zu finden, sondern Worte, aus denen die Essenz Ihrer Identität hervor strahlt. Das können ganz schlichte Worte sein.

Haben Sie zu allen Fragen Ihre Antworten notiert?

Gut, dann kommt der nächste Schritt: Zunächst lassen Sie die Worte auf sich wirken. Dann gießen Sie die Begriffe, die Ihnen besonders stimmig erscheinen in eine Form. Texten Sie ein Mini-Profil über Ihr Unternehmen / Ihre Organisation! Sie können dafür die vorformulierten Satzeinstiege nutzen oder natürlich völlig frei texten:

Satz 1 – Erklären Sie, welche Probleme Sie lösen, welche Wünsche Sie erfüllen

Wünschen Sie sich nichts sehnlicher als ...?

oder

Wären Sie froh, wenn ...?

oder

Was wäre, wenn Sie endlich ...?

Satz 2 – Beschreiben Sie, wie Lösungen und Ergebnisse von Ihnen aussehen

So kann ich Ihnen dabei helfen: ...

oder

Wir unterstützen Sie mit ...

oder

Unternehmen xyz / Organisation xyz ist mit ... gern an Ihrer Seite

Satz 3 – Machen Sie klar, an welche Kundengruppen / Interessenten Sie sich wenden

Wir arbeiten mit ... Ein Beispiel ist ...

oder

Ich helfe ... Ein Beispiel ist ...

oder

Unternehmen xyz / Organisation xyz richtet sich an ... Zum Beispiel ...

Voilà! Sie haben in drei, vier Sätzen Ihre Einzigartigkeit auf den Punkt gebracht.

Und genau darum geht es. Jedes Unternehmen, jede Organisation ist einzigartig. So wie es keine zwei Menschen gibt, die sich 100prozentig gleichen (genau, nicht einmal eineiige Zwillinge, wie Wissenschaftler herausgefunden haben). Aber das Problem ist: Die wenigsten Unternehmen und Organisationen bringen ihre Einzigartigkeit auch zum Ausdruck. Und das ist wirklich ein großes Problem. Denn wenn Sie sich nicht erkennbar von anderen unterscheiden, werden Sie sehr leicht einfach übersehen.

Ich hoffe, unser Schreib-Experiment hat Ihnen Freude gemacht, neue Erkenntnisse über Ihre Einzigartigkeit und vielleicht eine gute, kurze Selbstdarstellung gebracht.

Wenn Sie möchten, können Sie mir Ihr Ergebnis zuschicken und ich schreibe Ihnen zurück, wie der Text auf mich wirkt. Dieses Angebot gilt bis Ende März 2010.

Vielleicht möchten Sie Ihr Mini-Profil während meiner neuen Sonntags-Sprechstunden mit mir besprechen. Mehr darüber erfahren Sie bald in einem Sonder-Newsletter.

2. Goldstück – Große Verlosungsaktion zu Weihnachten

Schon lange habe ich mich nicht mehr so sehr auf Weihnachten gefreut wie in diesem Jahr. Doch bevor es soweit ist, gibt es noch eine Menge zu tun. Wenn alles erledigt ist, feiert es sich um so schöner. Geht es Ihnen auch so?

Wenn auf Ihrer To-Do-Liste 2009 noch einige gute Vorsätze in Bezug auf Ihre Marketing-Texte und Ihre Akquise stehen, können Sie sich jetzt freuen. Ich verlose zum Jahresende 10 hochwertige Services bzw. Produkte:

1. Preis

Kostenfreies individuelles Text-Coaching für einen Ihrer Marketing-Texte (Website, Flyer, Werbebrief etc.) im Wert von 190,- zzgl. 19% Mwst. (siehe

<http://www.annjaweinberger.eu/modules/info/index.php?id=3:7>)

2. Preis

Kostenfreies individuelles Text-Check-up für eines Ihrer Angebote / Kostenangebote im Wert von 39,- Euro zzgl. 19% MwSt. (siehe <http://www.annjaweinberger.eu/modules/info/index.php?id=3:7>)

3.bis 6. Preis

Kostenfrei: Mein Buch „Flyer optimal texten, gestalten, produzieren“ oder mein neues Buch „Corporate Identity – Großer Auftritt für kleine Unternehmen“ (erscheint im März 2010) im Wert von 24,- Euro (siehe <http://www.flyeroptimal.de>)

7. bis 10. Preis

Kostenfrei: Mein e-book „So überwinden Sie Scheu vor Akquise“ im Wert von 7,- Euro (siehe <http://www.annjaweinberger.eu/modules/info/index.php?id=3:7>)

Teilnehmen kann jeder, der per E-Mail folgende 3 Fragen beantwortet:

1. Was halten Sie für Ihre größte Herausforderung in Bezug auf Ihre Werbetexte?
2. Was halten Sie für Ihre größte Herausforderung in Bezug auf Ihre Akquise-Maßnahmen?
3. Was fällt Ihnen bei Text und Akquise besonders leicht und was besonders schwer?

Bitte schicken Sie Ihre Antworten an info@annjaweinberger.eu – Sie nehmen dann automatisch an der Verlosung teil. Die Aktion läuft bis zum 31. Dezember 2009. Alle bis dahin eingegangenen E-Mails kommen in die Los-Trommel. Im Januar benachrichtige ich die Gewinner.

3. Vorher-Nachher – Herzlich willkommen – nein, danke!

Am 3. Dezember habe ich in der Suchmaschine Google die Worte "herzlich willkommen" in Kombination mit „coaching“ eingegeben und genau 276.000 Treffer erhalten. Nun bin ich sicherlich eine der ganz Wenigen, die auf die Idee kommen, nach „Herzlich Willkommen“ in Verbindung mit Coaching zu suchen.

Einige Seiten habe ich mir näher angeschaut und wurde wieder und wieder in der Überschrift aufs herzlichste willkommen geheißen. Schade, dass so viele kleine Unternehmen die wichtige Überschrift auf der Startseite ihrer Website für diese zwar nett gemeinte, aber inhaltsleere Aussage vergeuden. Oder könnten Sie die folgenden Anbieter beim schnellen Scannen einer Website unterscheiden?

Hier eine Auswahl meiner Google-Recherche

Startseite eines Unternehmens für Coaching:

„Herzlich Willkommen!

Wir bieten professionelles Coaching in Berlin Mitte.“

Unprofessionelles Coaching würde ich auch nur ungern in Anspruch nehmen, egal wo :-)

Startseite eines Trainers:

„Herzlich Willkommen

auf den Internetseiten von xxx

Schön, dass Sie hierher gefunden haben.

Auf diesen Seiten können Sie sich über meine Arbeit informieren ...“

Small Talk ist auf einer Party ja ganz nett, aber im Internet sind die meisten Menschen ungeduldiger.

Startseite eines Unternehmens für Training und Coaching:

„Herzlich willkommen, sehr geehrte Besucherinnen und Besucher. Ich freue mich, dass Sie sich für meine Dienstleistungen im Bereich Training & Coaching interessieren.

Lassen Sie sich Zeit und schauen Sie sich um. Und dann werden bestimmt Fragen auftauchen, die ich Ihnen gerne persönlich und individuell beantworte.“

Interessiere ich mich für die Dienstleistungen dieses Anbieters? Das weiß ich als Besucherin nach zwei Sekunden noch gar nicht.

Startseite eines anderen Unternehmens für Coaching:

„Herzlich willkommen bei xxx

Wir bieten professionelles Coaching und Beratung für das geschäftliche und private Umfeld.“

Wenn ich auf dieser Website weiter klicke, zum Beispiel auf den Menüpunkt „Über uns“ finde ich dort keinen Namen eines Coachs, kein Foto, keine persönlichen Angaben zu den Menschen, die in dem Unternehmen arbeiten. Die Angaben im Kontakt-Menü lassen vermuten, dass es sich um ein Solo-Unternehmen handelt.

Nicht einmal im Untermenüpunkt „Über uns – Coach-Profile“ wird es persönlicher, stattdessen Allgemeinplätze:

„Über uns – Coach-Profile

Unsere Erfahrung garantiert Ihren Erfolg!

Senior-Management-Profile aus Geschäftsführung und Human Resources.

Expertise in den Bereichen ...“

Und was soll eine Interessentin aus dem privaten Umfeld mit einem „Senior-Management-Profile“ anfangen, bitte schön?

Nein, so wird niemand von der Professionalität dieses Coachs überzeugt. Die größten Fehler: Eine Breitband-Zielgruppe (das geschäftliche und private Umfeld), Anonymität des Unternehmers (kein Foto mit Namen und Kurzbiografie), unverständliches Profil und viel

zu abstrakte Schreibweise. Da hat sich jemand zu wenig Gedanken über seine Einzigartigkeit gemacht und über die Botschaften, mit denen Corporate Identity transportiert werden soll.

Wie können Sie es besser machen?

Nutzen Sie Überschrift auf der Startseite Ihrer Website für eine direkte Ansprache Ihrer Wunschleser. Sprechen Sie ein Thema an, das Ihre Leser interessieren könnte.

Werden Sie so konkret wie möglich, wenn Sie Ihre Services vorstellen. Bringen Sie Beispiele.

Zeigen Sie Gesicht. Interessenten wollen wissen, wer hinter einem Unternehmen oder einer Organisation steht.

Oft machen kleine Änderungen einen großen Unterschied. Probieren Sie es aus. Experimentieren Sie mit Ihren Website-Texten.

Ich wünsche Ihnen viel Freude und Erfolg dabei!

4. Bücher & Co.

Und weil Weihnachten vor der Tür steht, habe ich diesmal kein Buch mit Marketing-Bezug für Sie ausgewählt, sondern einen anderen hoch spannenden Titel:

„Das Christentum. Was man wirklich wissen muss“ von Christian Nürnberger.

Der Autor geht zurück zu den Ursprüngen des Christentums im Alten und Neuen Testament und macht sich über die revolutionäre Botschaft von Jesus Christus Gedanken. Eine seiner Kernaussagen: Jesus fordert dazu auf, sich für eine klassenlose Gesellschaft einzusetzen. Früher wie heute. Für eine Gesellschaft, in der es keine Armen gibt. Das hat mich fasziniert.

Wenn das Buch auf 300 Seiten auch nicht alles abdeckt, was ich über das Christentum wissen will, so ist es doch eine lohnende Lektüre für alle, die sich für die auch heute noch wichtigen Botschaften in den Geschichten des Alten und Neuen Testaments interessieren. Was mir nicht gefiel: Die Larmoyanz und Vorwurfshaltung in seinem letzten Kapitel „Wider die McKinseyisierung der Kirche“. Zu bestellen bei Amazon unter <http://tinyurl.com/yjhm6m5>

5. In eigener Sache

KOSTENLOSES E-BOOK

„So finden Sie Ihre Position am Markt – und gewinnen gezielter Kunden“,
von Annja Weinberger Communications

Alle Abonnenten meines Textletters können sich als Danke schön ein 24-seitiges e-booklet im PDF-Format bestellen.

Aus dem Inhalt:

- Schritt-für-Schritt-Leitfaden zur Positionierung

- Fallbeispiel einer Trainerin
- Text-Feedback-Bogen, den ich selbst zur Analyse von Texten benutze

Das gratis e-booklet schicke ich Ihnen gerne zu. Einfach eine E-Mail mit dem Betreff „gratis e-booklet“ an info@annjaweinberger.eu senden.

NEU: Tipp-booklet „Überwinden Sie Ihre Scheu vor Akquise“

Jeder sympathische und sensible Mensch hat eine gewisse Scheu, die eigene Person und seine Leistungen selbstbewusst und offensiv zu vermarkten. Ohne aktive Akquise stehen Unternehmen aber in Gefahr, einzugehen. Zum Glück muss Akquise nicht aufdringlich sein.

Lassen Sie sich von den folgenden 30 Gedankenanstößen inspirieren und bringen Sie jetzt Schwung in Marketing und Akquise!

INHALT

30 Tipps wie Sie auf leichte Weise neue Aufträge gewinnen

- I. In die Gänge kommen
- II. Einen Plan schmieden
- III. Botschaften optimieren
- IV. Maßnahmen umsetzen
- V. Am Ball bleiben

Liste möglicher Akquise-Maßnahmen
Durchlaufen Sie alle Etappen der Akquise
Überprüfen Sie Ihre Marketing-Glaubenssätze

Bestellen Sie das Tipp-booklet zum Preis von 7,- Euro inkl. gesetzl. MwSt. per E-Mail an info@annjaweinberger.eu. Einfach „Überwinden Sie Ihre Scheu vor Akquise“ in die Betreffzeile kopieren und losschicken. Dann erhalten Sie die Rechnung über 7,- Euro, und nach Zahlungseingang finden Sie das Tipp-booklet sofort als PDF-Datei in Ihrem E-Mail-Postfach.

Textletter weiter empfehlen, abbestellen, Kontakt aufnehmen

Kennen Sie jemanden, für den der Textletter interessant sein könnte? Dann empfehlen Sie ihn bitte weiter. Verweisen Sie bitte auf den Anmelde-Link:
<http://www.annjaweinberger.eu/newsletter/?p=subscribe>

Vielen Dank dafür.

Wenn Sie den Textletter irrtümlich erhalten haben bzw. nicht weiter bekommen möchten, klicken Sie bitte auf den folgenden Abmelde-Link
<http://www.annjaweinberger.eu/newsletter/?p=unsubscribe>

Oder Sie schicken diesen Textletter per Antwort-Funktion an uns zurück. Im Betreff bitte „Textletter abbestellen“ eintragen.

Ihre Meinung oder Ihre Fragen interessieren mich sehr. Bitte zögern Sie nicht, persönlichen Kontakt zu Annja Weinberger Communications aufzunehmen. Am besten erreichen Sie mich per E-Mail, ich antworte in der Regel am selben oder nächsten Tag. Schreiben Sie an: info@annjaweinberger.eu

Auch wenn es technische Probleme geben sollte oder Sie den Textletter künftig an eine andere E-Mail-Adresse geschickt bekommen möchten, genügt eine kurze Info mit entsprechendem Betreff.

Diesen Newsletter publiziere ich bewusst im reinen Textformat und nicht im html-Format. Der Grund: Als Textletter kann er auf jedem Computer gelesen werden, außerdem liegt mir Text pur nun mal Herzen :-)

IMPRESSUM

Herausgeber:

Annja Weinberger
Annja Weinberger Communications
Agentur für Authentische Kommunikation
Ilsestrasse 23
D-12051 Berlin

UST-ID-NR.: DE 255 38 3772

E-Mail: info@annjaweinberger.eu
Telefon 0049 (0) 172 / 311 81 62
<http://www.annjaweinberger.eu>
<http://www.flyeroptimal.de>
<http://experimentier-blog.im-blog.de/>

Ich unterstütze Unternehmer/innen dabei, sich glaubwürdig und erfolgreich zu vermarkten.

BUCH-VERÖFFENTLICHUNG

"Flyer optimal texten, gestalten, produzieren"
von Annja Weinberger

Mit 36 farbigen Beispielen, 14 Checklisten und vielen Praxis-Tipps

Verlag: <http://www.stiebner.com/controller.php?cmd=suche&verlag=0&suche=Flyer>

Zweite Auflage: März 2009; 168 Seiten, 4-farbig, 24,- Euro