

Der Textletter – Dezember 2010

Hier finden Sie Ideen und Impulse rund um glaubwürdiges Marketing

Inhalt

1. Inspiration – Bewerben Sie sich noch oder verhandeln Sie schon? Warum Kundenakquise nicht wie eine Bewerbung funktioniert.
2. Goldstück – Was steht wo? Übersicht Textletter-Archiv
3. Bücher & Co.- „facebook – Marketing unter Freunden“
4. Im Angebot – Jahresendspurt: VIVA-Akquise-Programm
5. In eigener Sache – Tipp-Booklet, Text-Coaching und mehr

1. Inspiration – Bewerben Sie sich noch oder verhandeln Sie schon? Warum Akquise nicht wie eine Bewerbung funktioniert.

Nach zehn Jahren Tätigkeit als „feste Freie“ plötzlich wieder dem „freien Markt zur Verfügung gestellt“ – so erging es vor kurzem meiner Kundin Anke Denker. Sie ist Marketing-Projektmanagerin und Print-Produktionerin – ein Markt, auf dem sich in Berlin viele tummeln. Was tun? Neue Aufträge mussten her – möglichst schnell. Bewerben um neue Freelancer-Jobs war angesagt.

Klar war aber: Bewerben auf die herkömmliche Art kam nicht in Frage. Denn wer in der Agenturszene und Marketingbranche auf sich aufmerksam machen will, kommt mit einer simplen Bewerbungsmappe nicht weit.

Wir sind einen anderen Weg gegangen. In Teamwork mit dem Grafik-Designer Heinrich Schneider und den Fotografen Julia Novak-Katz und Dmitri Katz haben wir einen vierseitigen Prospekt im A-4-Format entwickelt, der gedruckt wurde. Parallel wurden die Inhalte für das Internet aufbereitet (Webdesign: Gerald Shovlin) – unter <http://ankedenker.de/> können Sie sich das Ergebnis anschauen.

Zentraler Aufhänger bei der Ansprache: Gezielt Interessenten ansprechen, die akuten Bedarf an Unterstützung haben. Nur dann sahen wir die Chance, bei den häufig überarbeiteten Agenturchefs oder Marketing-Leitern in Unternehmen überhaupt Gehör zu finden. In einer klassischen Blind-Bewerbung hätte für alle, bei denen es gerade nicht „brennt“ etwas stehen können wie *„Es würde mich freuen, wenn Sie mich in Ihre Kartei aufnehmen und bei künftigen Projekten berücksichtigen.“* Nicht gut. Zu formal, zu aussichtslos. Wer gerade nicht dringend sucht, wird im Prospekt einfach nicht angesprochen. Meine Kundin hatte den Mut, so vorzugehen.

Statt alles und jeden erdenklichen Bedarfsfall abzudecken, haben wir uns in die Lage eines potenziellen Kunden mit sofortigem Bedarf versetzt – und den Finger auf die Wunde gelegt:

„Projektmanagement Marketing / Kommunikation

Fehlende Manpower kann unangenehme Folgen haben – egal ob ein Mitarbeiter krank wird, in Elternzeit geht oder einfach Urlaub hat.

Auch wenn sich plötzlich herausstellt, dass ein Projekt mehr Ressourcen erfordert als gedacht, kommt es zu Engpässen: Arbeit bleibt liegen, Projekte verschleppen sich, schlafen ein oder werden teurer als nötig.

Schade – Projekte, die mit halber Kraft angepackt werden, bringen einfach nicht die erwünschten Resultate.

Ich bin für Sie da – springe ein – und Sorge dafür, dass alles wieder reibungslos läuft. Sie können von meiner Erfahrung und meinem Know-how im Management von Marketing / Kommunikationsprojekten profitieren – inklusive Print-Produktion.“

Mit dieser selbstbewussten Art, sich um neue Freelancer-Aufträge zu bewerben, hat meine Kundin bereits nach dem Versand von 9 Prospekten eine Buchung für einige Monate erhalten! Außerdem weitere Anfragen, die in der Zeit nach ihrem jetzigen Auftrag interessant sein könnten. Und alle waren angetan von den professionellen Unterlagen, die eben nicht daher kamen wie eine der sonst üblichen Bewerbungen.

Umdenken – etwas wagen – und dann die Akquise professionell umsetzen

Akquirieren – das aktive Bemühen um Aufträge – erfordert eine andere Grundhaltung als sie bei Bewerbungen üblich ist. Und doch neigen viele dazu, wie ein Bewerber aufzutreten. Vor allem, wenn sie lange Zeit in einer anstellungsähnlichen Beschäftigung waren.

Da werden brave Briefe verfasst – höflich, entgegenkommend, dezent die eigenen Vorzüge anführend, mit freundlichen Grüßen verbleibend. Dazu ein Lebenslauf mit Passfoto, durchaus mit Referenzen oder Arbeitsproben, vielleicht noch die bekannte „dritte Seite“ mit allem, was der Empfänger sonst noch über den Bewerber wissen sollte.

Solch ein Paket entspricht in etwa einer formal korrekten Bewerbung, wie sie der Mitarbeiter einer Personalabteilung erwartet. Der Vorteil für das suchende Unternehmen: Die Unterlagen entsprechen alle einem festgelegten Standard und können daher leicht miteinander verglichen werden. All das spielt bei der Akquise keine Rolle. Sie müssen sich an keine allgemein gültigen Standards halten – weder im visuellen noch im verbalen Ausdruck.

Wie Sie sich und Ihr Angebot präsentieren ist allein Ihnen überlassen. Mehr noch: Je besser Sie Ihre Einzigartigkeit darstellen, desto besser sind die Chancen, die ideal zu Ihnen passenden Kunden zu finden. Wie Sie sich sprachlich ausdrücken, wie Sie Ihr Angebot visualisieren ist Teil der Corporate Identity, die Sie mit jeder Akquise-Aktion transportieren.

Für Ihre Akquise gibt es also keine strengen Form- und Stilvorgaben. Was nun anfangen mit der schönen Freiheit? Am Anfang steht die Frage des Konzepts – wie gehe ich es an? Welche Materialien halte ich bereit, die ich potenziellen Kunden zukommen lassen kann – ein gedruckter Flyer, eine PDF-Broschüre, ein Werbebrief-Paket, eine Mappe mit Referenzen, eine digitale Präsentation, ein Kurzprofil, eine Reihe von Fachartikeln, ein Link zur Website oder ...? Welche schriftlichen Materialien auch immer Sie vorbereiten – sie müssen voll und ganz zu Ihnen und Ihrem Unternehmen passen. Denn der Moment des Gesprächs kommt hoffentlich bald, und der persönliche Eindruck, den Sie hinterlassen soll sich mit Ihren Unterlagen decken.

Deshalb lege ich so großen Wert auf authentische Kommunikation. Sie brauchen einen Auftritt, der stimmig ist, mit dem Sie sich wohl fühlen. Mut, aus der Masse auszuscheren und ein Auftreten zu wählen, das Ihre Besonderheit unterstreicht, ist allerdings genau so wichtig.

Im VIVA-Akquise-Programm gehe ich auf all diese Punkte ein:

V – Vision – was wollen Sie mit Ihren Angeboten in die Welt bringen?

I – Identität – wofür stehen Sie, was macht Sie besonders?

V – Verhalten – wie spiegeln sich Ihre Werte im Verhalten wider?

A – Auftritt – wie gelingt es Ihnen von anderen so gesehen zu werden, wie Sie sich selber sehen und wie Sie gesehen werden wollen?

VIVA – Vision / Identität / Verhalten / Auftritt

Im VIVA-Akquise-Programm entwickeln wir Materialien und Aktionen, die zu Ihnen passen und mit denen Sie genau die richtigen Kunden anziehen können.

Ein VIVA-Programm ist eine Kombination aus individueller Beratung und Unterstützung bei der Akquise und beim Texten und umfangreichen Begleitmaterialien mit klaren Schritt-für-Schritt-Anleitungen und Übungen zum Nachlesen.

Nutzen Sie die verbleibenden Wochen in diesem Jahr, um herauszufinden, ob Sie mit Hilfe des VIVA-Akquise-Programms Ihre Ziele verwirklichen können. Wie finden Sie das heraus?

Gehen Sie 3 einfache Schritte (inklusive Bonus für Textletter-Leser):

1. Schritt – Klärung

Wie wollen Sie vorgehen, um neue Aufträge zu gewinnen?

Laden Sie die drei ersten Kapitel des rund 90seitigen Arbeitsbuchs zum VIVA-Akquise-Programm kostenfrei herunter. Stöbern Sie im Inhaltsverzeichnis und im Text: Enthält das Arbeitsbuch Ideen und Vorschläge, die Sie sich für Ihre Kundengewinnung vorstellen können?

Hier können Sie die Probe-Kapitel herunterladen:

<http://www.annjaweinberger.eu/modules/info/index.php?id=3:75>

2. Schritt – Bedarf

Wo stehen Sie gerade und wo soll es hingehen?

Wenn Sie glauben, dass sich etwas tun muss, damit Sie 2011 mit mehr oder mit besseren Kunden arbeiten können, biete ich Ihnen eine Strategie-Sitzung zum Sonderpreis an. Die Kosten werden verrechnet, wenn Sie ein VIVA-Akquise-Programm buchen. In einem ausführlichen Telefongespräch klären wir, wo Ihre Stärken und Schwächen bei der Akquise liegen, was Sie alleine anpacken können und wo Sie sich vielleicht Unterstützung holen sollten.

Schicken Sie mir eine E-Mail an info@annjaweinberger.eu wenn Sie Bedarf an einer Akquise-Strategie-Beratung haben.

3. Schritt – Entscheidung

Was wollen Sie konkret für ein erfolgreiches Jahr 2011 tun?

In Schritt 1 und 2 haben Sie sich intensiv mit Ihrer aktuellen Akquise-Situation auseinandergesetzt. Jetzt heißt es Nägel mit Köpfen machen. Wollen Sie es weiterhin allein versuchen oder sich bei Akquise und Text unterstützen lassen? Prüfen Sie die Kostenangebote für das VIVA-Akquise-Programm. Vielleicht ist eine der Programm-Varianten genau richtig für Sie.

Zugriff auf das Angebot haben Sie über:

<http://www.annjaweinberger.eu/modules/info/index.php?id=3:75>

Wenn Sie sich entschieden haben, informieren Sie mich per Telefon oder E-Mail über Ihren Entschluss.

Am besten packen Sie diesen Klärungsprozess noch in diesem Jahr an.

Stellen Sie die Weichen für ein erfüllendes nächstes Jahr. Damit Sie 2011 deutlich mehr oder bessere Aufträge einfahren!

Mein Bonus exklusiv für Textletter-Leser:

Wer noch 2010 ein VIVA-Akquise-Programm bucht (das dann auch erst im Januar 2011 beginnen kann), erhält eine Beratungseinheit (60 Minuten per Telefon / E-Mail) zusätzlich zu jeder Programm-Variante als Geschenk.

2. Goldstück – Was steht wo? Ihre Übersicht zum Textletter-Archiv

Hier kommt ein Stück Fleißarbeit als mein Weihnachtsgeschenk an Sie: Auf Wunsch einiger Textletter-Leser habe ich alle bisher erschienenen Newsletter nach Themen indiziert und in einer Übersicht sortiert.

Sie suchen Informationen zum Thema „Online-PR“ oder „Schreibexperiment Einzigartigkeit“? In der Tabelle finden Sie schnell, was ich wann zu welchem Thema für Sie geschrieben habe:

<http://www.annjaweinberger.eu/uploads/fckeditor/AWC-NL-Archiv-%C3%9Cbersicht.pdf>

A propos Weihnachten: An dieser Stelle möchte ich mich herzlich für Ihre Treue zum Textletter bedanken. Und ich wünsche Ihnen schöne Feiertage im Kreise Ihrer Familien oder Freunde! Wir lesen uns wieder im neuen Jahr.

3. Bücher & Co. – facebook: Marketing unter Freunden

Nicht brandneu aber empfehlenswert für alle, die wie ich den Eindruck haben, dass man facebook nicht mehr lange ungeprüft ignorieren kann. Ein Profil auf dieser schnell wachsenden Social Media Plattform habe ich zwar bereits seit einiger Zeit – Sie können sich gerne dort gerne mit mir vernetzen! Aber ich bin mir bewusst, dass ich die Möglichkeiten von facebook noch bei weitem nicht ausschöpfe. Deshalb die kleine private Weiterbildung per Fachbuch und Internet-Recherche (z. B. auf der Website der Autoren <http://www.conceptbakery.com/de/index.php>)

Es heißt, dass facebook in den nächsten Jahren immer mehr an Bedeutung gewinnen wird. Dort gefunden zu werden, soll sogar wichtiger werden als bei Google leicht auffindbar zu sein. Ich kann das (noch) nicht beurteilen. Auf jeden Fall hat es mich animiert, mehr über die Marketing-Möglichkeiten von facebook zu erfahren und dazu ist das Buch von Felix und Klaus Holzapfel „Facebook – Marketing unter Freunden“ bestens geeignet.

In lockerem Ton und zugleich fundiert, führen die Social Media Experten in die große weite fb-Welt ein. Ich bin erst auf Seite 78, aber die Autoren haben mich schon fast überzeugt, dass ich recht bald eine vernünftige Facebook-Strategie brauche – denn die Grundidee vom Dialog statt plumper Werbung ist Wasser auf meine Mühlen. Nur fast überzeugt aber, weil alles eine Frage der Priorisierung ist und ich noch abwäge, wo ich in naher Zukunft besondere Akzente setzen will.

Ausführliche Rezensionen anderer Leser und Bestellmöglichkeit finden Sie bei Amazon unter <http://tinyurl.com/2exyeb9>

4. Im Angebot

Noch in diesem Jahr neue Kunden gewinnen mit einem der VIVA-Akquise-Programme

Mein VIVA-Akquise-Programm – mit persönlichen Beratungs- und Unterstützungseinheiten (per Telefon und E-Mail) sowie 90seitigem Schritt-für-Schritt-Ratgeber – hilft Ihnen, mehr, bessere, gleichmäßiger Kunden zu gewinnen. Das Programm gibt es in mehreren Varianten – je nachdem, wie viel „Eigenleistung“ Sie beim Bau Ihrer individuellen Akquise-Strategie einbringen wollen. Sie eignen sich das Know how an, das Sie zur Kundengewinnung benötigen, starten chancenreiche Akquise-Aktionen, verbessern Ihre Marketing-Texte – alles mit meiner intensiven Unterstützung. Hier erfahren Sie mehr über das [VIVA-Akquise-Programm](#).

Kurz und wirkungsvoll: Impuls-Gespräch

Haben Sie Produkte und Services, die Sie gerne besser verkaufen würden? Vermissen Sie bei Ihren Angeboten den überzeugenden Dreh? Dann könnte ein Impuls-Gespräch interessant für Sie sein: gute 60 Minuten Rat und Tat per Telefon und E-Mail. Erfragen Sie per E-Mail an info@annjaweiinberger.eu oder per Telefon +49(0)30-45 03 10 35 die Konditionen.

Text-Coaching

Bei Ihrer Arbeit an guten Marketing-Texten – Website, Broschüre, Anschreiben, Fachartikel, Kostenangebote, Unternehmensprofil uvm – unterstütze ich Sie gerne. Informieren Sie sich über mein Angebot [Text-Coaching](#).

5. In eigener Sache

Tipp-Booklet "So verlieren Sie Ihre Scheu vor Akquise"

Sie können nicht an einem meiner Akquise-Seminare in Berlin teilnehmen? Für alle, die sich noch etwas genauer mit der Kundengewinnung beschäftigen wollen: Bestellen Sie mein Tipp-Booklet "So verlieren Sie Ihre Scheu vor Akquise" für 10,- Euro inkl. MwSt. mit 30 sofort umsetzbaren Gedankenanstößen bringen Sie Schwung ins Kunden gewinnen. Sie bestellen einfach, indem Sie das Stichwort "Tipp-Booklet Akquise" sowie Ihre Rechnungsadresse mailen an info@annjaweiinberger.eu

Cleverreach auch für Ihren Newsletter

Informieren Sie sich über den Service von Cleverreach unter www.cleverreach.de - und wenn Ihnen das Angebot gefällt, melden Sie sich über folgenden Link an:

<http://www.cleverreach.de/frontend/?rk=4223uirdsvnv>

Textletter weiter empfehlen, abbestellen, Kontakt aufnehmen

Bitte empfehlen Sie den Textletter weiter, wenn er Ihnen gefällt. Verschicken Sie einfach den [Anmelde-Link](#).

Wenn Sie den Textletter nicht mehr erhalten möchten, melden Sie sich einfach ab (siehe unten). Auch wenn Sie sich mit einer veränderten E-Mail-Adresse eintragen wollen, nutzen Sie bitte diesen Link und melden sich anschließend mit Ihrer neuen E-Mail-Adresse wieder an.

Wenn Sie diese E-Mail (an: {EMAIL}) nicht mehr empfangen möchten, können Sie diese [hier](#) abbestellen.

IMPRESSUM

Herausgeber:
Annja Weinberger
Annja Weinberger Communications

Agentur für Authentische Kommunikation
Ilsestrasse 23
D-12051 Berlin

E-Mail: info@annjaweinberger.eu
Telefon 0049 (0) 30 / 45 03 10 35
<http://www.annjaweinberger.eu>
<http://www.flyeroptimal.de>
UST-ID-NR.: DE 255 38 3772

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

BUCH-NEUERSCHEINUNG

„Corporate Identity - Großer Auftritt für kleine Unternehmen

Mit der VIVA-Formel zum Erfolg"

von Annja Weinberger

Stiebner Verlag

<http://www.stiebner.com/controller.php?cmd=detail&isbn=9783830713784&verlag=0>

April 2010, 176 Seiten, 4-farbig, 24,- Euro

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