

Der Textletter – Oktober 2010

Hier finden Sie Ideen und Impulse rund um glaubwürdiges Marketing

Inhalt

1. Inspiration – Warum Ihre Angebote den richtigen „Dreh“ brauchen
2. Goldstück – advance-training bietet Ausbildung zum Wachstumscoach
3. Vorher-Nachher – Warum „positives Schreiben“ so wichtig ist
4. Bücher & Co. - Das schlagfertige Unternehmen
5. Im Angebot – Mehr Kunden gewinnen: VIVA-Akquise-Programm
6. In eigener Sache - Telefonische Gratis-Sprechstunde und mehr

1. Inspiration – Warum Ihre Angebote den richtigen „Dreh“ brauchen

Kennen Sie die nette Episode aus Mark Twains Buch „Tom Sawyer“, in der Tom zum Streichen von Tante Pollys weißem Zaun verdonnert wird? Tom erscheint auf der Bildfläche mit einem Eimer voll Farbe und großem Pinsel. „Dreißig Yards lang und neun Fuß hoch war der unglückliche Zaun! Das Leben erschien ihm traurig. Er empfand sein kleines Dasein als Last.“

Als Ben, ein Junge aus der Nachbarschaft vorbeikommt und fragt "Hallo, alter Bursche, Strafarbeit, was?", dreht sich die Situation.

Tom überzeugt Ben davon, dass es eine besondere Ehre sei, den Zaun streichen zu dürfen und erlaubt ihm einige Latten zu weißem. Dafür wird Tom mit einem Apfel bezahlt.

Jedes Mal, wenn ein weiterer Junge vorübergeht, erklärt Tom, was für eine Freude und Auszeichnung es ist, ein Stück Zaun streichen zu dürfen. Die Jungen fragen, ob sie es auch einmal versuchen dürfen, bieten Tom kleine Schätze dafür an, und so ist der Zaun bald vollständig gestrichen.

„Und als der Nachmittag halb vergangen war, war aus dem armen, verlassenen Tom vom Morgen ein buchstäblich in Reichtum schwimmender Tom geworden.“

Den Auszug aus dem Buch finden Sie unter:

http://www.rohanda.de/fileadmin/data/PDFs/Geschichten/28_Zaunstreichen.pdf

Was hat diese Lausbuben-Geschichte mit Ihrem Marketing zu tun?

Ich will Ihnen natürlich keine „Tricksereien“ vorschlagen – aber etwas lernen lässt sich aus der Episode schon.

1. Entscheidend ist, was ein potenzieller Käufer über ein Angebot denkt – für wie attraktiv er es hält.
2. Es ist eine Frage der Denk- und Darstellungsweise, ob etwas als Pflicht oder als Kür erlebt wird (mehr dazu in der Rubrik Vorher-Nachher).
3. Weg kommen von der Ich-Sichtweise (Ich muss den Zaun streichen / Ich will etwas verkaufen) hin zur Du-/Sie-Sichtweise (Das ist Dein Vorteil / So profitieren Sie davon)

Die wichtigste Frage für Ihre Akquise-Strategien und Texte ist also „Was macht mein Angebot für Kunden wirklich attraktiv?“

Betrachten Sie es einmal unvoreingenommen. Angebote jeder Art, ob nun „Zaun streichen“ oder „Coaching“, „Gesundheitstraining“, „Immobilienvermittlung“, „Portrait-Fotografie“ „Physiotherapie“ oder „Websites pflegen“ sind zunächst neutral, weder für jeden Menschen positiv noch für jeden negativ besetzt. Worauf es ankommt, ist es, ein Angebot mit Leben zu füllen und attraktiv zu machen.

Dazu müssen Sie ja nicht wie Tom Sawyer zum „Spin-Doctor“ werden. Sie müssen nur herausfinden, was Ihr Angebot aus Sicht eines Interessenten begehrenswert macht.

Mein Angebot an Sie: 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@annjaweinberger.eu oder per Telefon +49(0)30-45 03 10 35 die Konditionen.

2. Goldstück – advance-training bietet Ausbildung zum Wachstumscoach

Jeder, der Dienstleistungen anbietet, kommt immer wieder in die Lage, seine Kunden bei der Umsetzung von Angeboten beraten oder coachen zu müssen. Eine Kenntnis der modernen Methoden des Coachings kann dabei sehr hilfreich sein.

Coaching bedeutet für mich, sich unterstützenden Austausch zu holen, statt alles mit sich allein ausmachen zu wollen. Ich nutze immer wieder Angebote von Coachs und hole mir so Impulse für meine weitere berufliche und persönliche Entwicklung.

Wenn Sie lernen wollen, wie Sie mit Coaching Ihre Kunden oder Klienten besser unterstützen können, möchte ich Ihnen das Ausbildungsprogramm eines von mir sehr geschätzten Teams an Coachs empfehlen: Die Ausbildung zum systemischen Wachstumscoach von advance-training. Dagmar von Consolati, Hildiko von Consolati und Birgit Hofmann führen 2010 / 2011 an 6 + 3 Wochenenden durch die lustvoll gestaltete Ausbildung, die von der European Coaching Association (ECA) zertifiziert ist.

Eine Teilnehmerin der Vorjahre schreibt: „Es entstand eine Atmosphäre von Akzeptanz, Wärme und Leistung – eine Art „Grätsche“, die nicht jede Ausbildung bieten kann. In diesem Jahr bin ich gewachsen – teilweise über mich hinaus – und am Ende nun steht die berufliche Selbstständigkeit als zertifizierter Coach!“

Dagmar von Consolati betont „Die Ausbildung ist für all die Menschen geeignet, die ihre Beratungskompetenz aufbauen, erweitern und verfeinern wollen und dadurch ihren Kunden gezielteren Nutzen bieten und selbst mehr Freude beim Beraten und Coachen erleben wollen. Und die eigene Entwicklung dabei lustvoll sowie professionell voranbringen. Und das in einem kreativen, förderlichen Umfeld. Nach dem Motto: Wachsen ist Wirkung.“

Interessiert?

Am Dienstag, 5. Oktober 2010, findet in Berlin ein kostenfreier Info-Abend zur Ausbildung statt. Am Mittwoch, 13. Oktober 2010, ebenfalls - telefonische Anmeldung: 030 / 69 50 88 48.

Hier erhalten Sie genauere Informationen: http://advance-training.de/coaching_ausbildung.htm

3. Vorher-Nachher – Warum „positives Schreiben“ so wichtig ist

Manche Services sind etwas schwerer zu verkaufen als andere – zumindest sprachlich. Zum Beispiel Versicherungen oder auch Wartungsarbeiten. Der Nutzen muss besonders sorgfältig herausgearbeitet werden.

Allzu leicht können die Gründe für solche Services nach unangenehmer Pflicht klingen - vielleicht notwendig, aber lästig. Wer gibt schon gerne Geld aus für „Nichts“ - für das Nicht-Eintreten von Schäden, für das Nicht-Auftreten von Sicherheitslücken? Das Hauptmotiv, mit dem Versicherungen ihre Policen bewerben ist Angst, das Heraufbeschwören möglicher Bedrohungen und Risiken - und im Umkehrschluss das Gefühl von Sicherheit, solche Gefahren abzufedern. Für eine Versicherung kann das genau der richtige Ansatz sein.

Bei einem Service wie der regelmäßigen Pflege einer Website ist das Spiel mit der Angst / Sorge keine gute Wahl. Besonders wenn der Anbieter zunächst eine pflegeleichte Website verkauft hat und in Folge zusätzlich Wartungsarbeiten anbietet.

Kein Kunde will nach dem Kauf einer schicken neuen Website hören, dass jetzt große Gefahren hinsichtlich Sicherheit und Aktualität bestehen. Und doch ist es eine Tatsache, dass Websites veralten, wenn sie nicht regelmäßig gepflegt werden. Das bezieht sich nicht nur auf die Inhalte (veraltete Termine etc.), sondern auch auf die Technik, auf Sicherheitsaspekte und vor allem auf die Suchmaschinen-Optimierung.

Die Frage ist: Wie lässt sich ein Wartungsservice oder irgendein anderes „Pflichtprogramm“ so erklären, dass die potenziellen Kunden Lust darauf bekommen und es zur Kür wird?

Hier beginnt die Suche nach echten Vorteilen aus Sicht der Kunden. Der Nutzen, den Sie herausarbeiten, muss real sein. Und Sie müssen ihn positiv formulieren!

Zum Beispiel ist es in diesem Fall besser zu schreiben: „Sie erhöhen die Sicherheit gegen Spam und Angriffe mit regelmäßiger Website-Pflege“ statt den Teufel an die Wand zu malen „Täglich wächst die Gefahr von Spam und Hacker-Angriffen, wenn Sie Ihre Website vernachlässigen“ Sicherheit erhöhen ist „positives Schreiben“ - wachsende Gefahr nicht.

Als Beispiel möchte ich Ihnen vorstellen, wie eine Liste mit Vorteilen aussehen könnte:

„Und hier die Vorteile professioneller Website-Pflege im Überblick:

- Sie sparen Zeit, da Sie sich nur um Texte und Bilder kümmern müssen, aber nicht um die fehlerfreie Darstellung
- Sie verfügen über eine stets fehlerfreie Website
- Sie erhöhen die Sicherheit gegen Angriffe, Spam
- Sie halten Ihre Website up-to-date und leicht bedienbar durch neue Technologien
- Sie haben einen festen Ansprechpartner, falls mal Fragen auftreten
- Sie sichern sich ab gegen Datenverlust
- Sie verbessern Ihre Suchmaschinen-Positionierung und erhalten mehr Besucher
- Sie erhalten neue Funktionalitäten zum Sonderpreis (Bildergalerie etc.)
- Sie können sich Sonderwünsche erfüllen, die in die Weiterentwicklung einfließen, denn wie jede Software kann Ihre Webprogrammierung immer weiter verbessert werden“

Diese Formulierungen sprechen Interessenten übrigens mehr an als die distanzierte Substantiv-Sprache „Fehlerfreie Website“, „Sicherheit gegen Angriffe, Spam“. Ein kompletter Satz mit Verb ist fast immer die bessere Wahl, auch bei Aufzählungen. Einfach, weil der Leser stärker einbezogen wird.

Nach diesem Muster können Sie nicht nur „Pflichtprogramme“ sprachlich gut verkaufen, sondern jedes Produkt und jeden Service.

Probieren Sie es aus. Sagen Sie Ihrem Kunden, wie er von Ihrem Angebot profitiert!

Sie sparen ...
Sie verfügen über ...
Sie erhöhen ...
Sie erhalten ...
Sie verbessern ...
...

Wer will nicht gerne etwas sparen, erhöhen, verbessern ...

Diese Sätze müssen nicht immer als Liste aufgeführt werden – sie sind auch sehr wirkungsvoll, wenn sie verstreut im Fließtext auftauchen.

Viel Erfolg für Ihre Verkaufstexte!

Mein Angebot an Sie: Text-Coaching

Bei Ihrer Arbeit an guten Marketing-Texten unterstütze ich Sie gerne. Informieren Sie sich über mein Angebot Text-Coaching.

4. Bücher & Co. - Das schlagfertige Unternehmen

Nur schlagfertige Unternehmen setzen sich im Wettbewerb erfolgreich in Szene – schlagfertig im Sinne von „schnell, offen und ehrlich kommunizierend“. So die Kernbotschaft, die sich durch das neu erschienene Buch meiner Kollegin Martina Schäfer zieht.

Auf 265 Seiten setzt sie sich mit großem Engagement für eine transparente Kommunikation ein, die nicht auf Marktschreierei beruht. Gespickt mit alltagsnahen Szenarien aus dem Leben von PR-Beauftragten manövriert Martina Schäfer die Leser durch alle erdenklichen Fehleinschätzungen hindurch. Zum Beispiel wird die Schaumschläger-Mentalität der Service-Mentalität gegenüber gestellt und erklärt, welchen Schaden erstere und welche Vorteile letztere in der Öffentlichkeit ausrichtet.

Ein Buch für alle, die wissen wollen, wie Unternehmen gekonnt Pressearbeit betreiben, persönliche Auftritte für sich nutzen können und wie hervorragendes Info-Material (zum Beispiel Geschäftsberichte) das Ansehen eines Unternehmens erhöht.

Die Leser erfahren, was Kunden, Investoren und Journalisten von guter Unternehmenskommunikation erwarten, warum schlanke Organisationen bessere PR machen und wie Internet & Co. bei der schnellen Kommunikation helfen. Viele Kästen mit konkreten Tipps und Checklisten machen die praktische Umsetzung der Ratschläge leicht. Alles läuft auf ein Ziel hinaus: auf den soliden Aufbau und die kontinuierliche Pflege von Vertrauen.

Damit spricht die Autorin jedem erfahrenen Öffentlichkeitsarbeiter aus der Seele – und bereitet Einsteiger auf die zahlreichen Fallstricke der Unternehmenskommunikation vor.

Vor allem PR-Verantwortliche für mittlere und große Unternehmen erhalten durch das Buch wertvolle Impulse für ihre Arbeit. Denn Martina Schäfer steigt immer in die Schuhe der Adressaten von Kommunikation – die der Aktionäre, der Journalisten, der Verbraucher ... und gibt tiefen Einblick in das was funktioniert – und was eben nicht.

Das schlagfertige Unternehmen. Schnell und offen kommunizieren. Von Martina Schäfer
(www.martina-schaefer.de)

UVK, 2010, ISBN 978-3-86764-233-0 - 29,90 Euro

Zu bestellen zum Beispiel bei Amazon: <http://tinyurl.com/3yj2jvm>

5. Im Angebot

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

Mein VIVA-Akquise-Programm – mit 80-seitigem Selbstlern-Ratgeber sowie persönlichen Beratungs- und Unterstützungseinheiten – 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.

6. In eigener Sache

Telefonische Gratis-Sprechstunde

Meine telefonische Gratis-Sprechstunde richtet sich an alle, die eine konkrete Frage rund um Akquise und Texte haben. Für mich ergeben diese Gespräche eine Win-Win-Situation: Sie erhalten kostenlosen, schnellen Rat – ich erhalte Einblick in die Vielfalt der Themen, die kleinen Unternehmen und Organisationen unter den Nägeln brennen. Oft beziehe ich hier Anregungen für neue Newsletter-Artikel. Die nächste Gratis-Sprechstunde findet statt am:

Montag, den 25. Oktober 2010, zwischen 10.00 und 12.00 Uhr – 030 / 45 03 10 35

Nutzen Sie den Wochenstart für ein beherztes Anpacken Ihrer Akquise-Pläne. Rufen Sie an und besprechen Sie jedes Thema mit mir, das Ihnen beim Marketing derzeit Fragen aufgibt – egal ob es um Texte oder Vorgehensweisen geht. Ich berate Sie gern und freue mich auf Sie!

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

Sie können nicht an einem Seminar 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@annjawei Berger.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

UST-ID-NR.: DE 255 38 3772

E-Mail: info@annjaweinberger.eu
Telefon 0049 (0) 30 / 45 03 10 35
<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-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