

VIVA Akquise!

Textinar* für Selbstständige, die schnelle + effiziente Ergebnisse brauchen

*Textinare sind Workshops per Telefon und E-Mail, in denen Sie unter Anleitung selber texten und eine Optimierung Ihrer Texte von einem Profi-Texter erhalten.

Derzeit gibt es Textinare zu den Themen Fachartikel / Website

Ein Fachartikel, der hilft Kunden zu gewinnen In 3 Wochen auf die Beine stellen

Wollen Sie Interessenten, potenzielle Kunden endlich so über Ihre Leistungen informieren, dass sie Feuer fangen und in Kontakt mit Ihnen kommen wollen? Dann entwickeln Sie in meinem Fachartikel-Textinar unter professioneller Anleitung einen Artikel mit Sogwirkung über Ihr Fachgebiet.

VIVA Akquise! Textinar „Fachartikel zur Kundengewinnung nutzen“

In diesem Textinar unterstütze ich Sie tatkräftig beim Schreiben Ihres Artikels, Berichts, Reports ... oder wie Sie Ihr Willkommensgeschenk an Interessenten auch immer nennen wollen. Außerdem erfahren Sie, wie Sie Ihren Fachartikel am besten verbreiten. Sie gehen mit einem fertigen, optimierten Fachartikel aus dem Textinar – und das in nur 3 Wochen!

Für wen eignet sich das Fachartikel-Textinar?

- Selbstständige, Unternehmen, Organisationen, die sich mit einem Fachartikel endlich authentisch + überzeugend darstellen wollen
- Alle, die sich Info-Materialien wünschen, die potenzielle Kunden zur Kontaktaufnahme animieren
- Jeder, der nicht länger alleine vor sich hin grübeln möchte, sondern mit Hilfe eines Profi-Texters einen glaubwürdigen Bericht mit Sogwirkung verbreiten will

Wann?

Starttermine in 2011:

2. Mai, 15. Juni, 15. Juli, 16. August, 17. Oktober 2011, 15. November 2011, 15. Dezember

Wie?

Per Telefon und per E-Mail

Was?

- 1 Individuelle Unterstützungseinheit (Arbeit an Ihrem Text inkl. Beratung)
- 2 Telefonate
- 3 E-Mails mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen (inkl. Formulierungsvorlage)

Bevor ich Ihnen erkläre, wie das Fachartikel-Textinar im Detail abläuft, noch eine Überlegung:

Stellen Sie sich vor, ein Interessent möchte mehr von Ihnen wissen und Sie haben kein passendes Info-Material!

Dann stehen Sie mit leeren Händen da, und Sie verschenken eine große Chance mit Ihrem Interessenten eine Beziehung aufzubauen.

Denn wenn Menschen, die Ihr Unternehmen kaum kennen „mehr über Sie wissen wollen“, dann denken diese Interessenten nicht an Ihre Preisliste, nicht an Ihren Lebenslauf inklusive aller Aus- und Fortbildungsstationen und auch nicht an eine schicke „Wir sind toll, weil ...“-Selbstdarstellung.

Neue Interessenten wollen zunächst einmal mehr darüber wissen, mit welchen Themen Sie sich beschäftigen und schauen, ob diese Themen für sie selber von Belang sind. Gefragt sind also inhaltlich spannende Informationen, die mit dem Leben, den Problemen, Sehnsüchten und Wünschen Ihres potenziellen Kunden etwas zu tun haben. Das haben Preislisten, Lebensläufe und eine reine Selbstdarstellungen nicht.

Einige Beispiele sollen klar machen, was Ihre potenziellen Kunden wirklich wissen wollen:

Angebot	Mögliches Fachartikel-Thema
Wassersport-Schule	– Segeln und Motorboot-Fahren im Vergleich
Seminare gegen Burnout	– Prüfen Sie Ihre Burnout-Gefahr
Grafik Design für Gründer	– Diese Basis-Materialien brauchen Gründer
Gesundheitstraining	– Die 5 größten Krankmacher vermeiden
Bauwerkzeuge	– Kleines Heimwerker-1x1
Portrait-Fotografie	– So bereiten Sie sich auf ein Foto-Shooting vor
Farb- und Stilberatung	– Warum Sie nur in „Ihren“ Farben strahlen können
Rhetorik-Trainings	– Die 10 besten Tipps für Profi-Präsentationen

Für jeden Anbieter von Leistungen, die nicht so simpel sind wie ein Schoko-Riegel, sondern ein wenig mehr Erklärung erfordern, lässt sich ein gutes Thema für einen Fachartikel finden.

Ein Beispiel für einen Themen-Artikel ist auch mein Gratis-Report „Müheloser zu mehr Kunden“, den ich auf meiner Website allen Besuchern zum kostenlosen Download anbiete. Ihr Fachartikel muss aber keineswegs so ausführlich über Ihr Gebiet berichten. Oft reichen schon 2 bis 3 Seiten, um das Interesse an „mehr Informationen“ zu befriedigen.

Wenn Sie Interessenten mit leeren Händen oder mit zu werblichen Informationen begegnen, finden die zarten Bande eines Erstkontakts meist schnell ein Ende. Wie schade!

Vielleicht wären Sie genau der richtige Anbieter für die Bedürfnisse von Menschen, die erst einmal ein bisschen mehr darüber erfahren wollen, womit Sie sich eigentlich beschäftigen. Beide Seiten hätten Vorteile von einem Kontakt und möglichem späteren Geschäft gehabt. Sie kamen nur gar nicht soweit, es dem potenziellen Kunden klar machen.

Zeigen Sie vielmehr, dass Sie die Probleme, Sehnsüchte, Wünsche Ihrer Kunden verstehen und dass Sie intensiv über Lösungen nachgedacht haben und schon einigen Kunden mit Ihrem Know-how, Ihren Leistungen helfen konnten.

Geben Sie Ihren Interessenten einen Fachartikel an die Hand, mit dem Sie:

- Ein Stück Ihres Know-hows preisgeben
- Einblick geben in Ihre Denk- und Arbeitsweise
- Klar machen, dass Sie sich mit dem Thema, das Ihre Kunden beschäftigt, richtig gut auskennen (Positionierung als Experte)
- Einen Vorgeschmack geben auf die Zusammenarbeit mit Ihnen oder den Kauf Ihrer Produkte
- Großzügig auftreten und erst einmal kostenfreie Infos liefern, statt gleich etwas verkaufen zu wollen

Bitte überschätzen Sie beim Schreiben Ihres Artikels das Vorwissen Ihrer Interessenten nicht. Nur die wenigsten haben ausgiebig Ihre Website studiert. Wer um „mehr Informationen“ bittet, fragt sich zunächst ganz simple Dinge, zum Beispiel: „um was geht es hier überhaupt“ – „ist das interessant für mich“ – „was bringt mir das“ – „kann ich dem Anbieter vertrauen“?

Genau diese einfachen Fragen werden bei vielen Info-Materialien gar nicht oder nicht überzeugend beantwortet! Mit einem Artikel über das zentrale Thema Ihrer Angebote erhalten Sie die Chance, genauer zeigen, was Sie wem mit welchem Nutzen zu bieten haben.

Warum fällt diese Form der Selbstdarstellung vielen Unternehmen schwer?

Weil es eben nicht so leicht ist, Abstand zum eigenen Angebot zu nehmen und in einem Artikel von 2 oder mehr Seiten weder zu viel noch zu wenig Know-how über das eigene Fachgebiet preiszugeben. Das geht jedem so. Darum gibt es dieses Fachartikel-Textinar – damit Sie mit Hilfe eines konstruktiv-kritischen Blicks von außen einen Artikel auf die Beine stellen, die Sie mit Ihren Interessenten tatsächlich in Kontakt bringt!

Wir werden Ihr Thema und den Fachartikel unter die Lupe nehmen:

- Treffen Sie den Nerv – vermitteln Sie Ihr Thema spannend?
- Denken Sie sich tief in die Bedürfnisse Ihrer potenziellen Kunden hinein?
- Machen Sie die Wichtigkeit des Themas für Ihre Zielgruppe klar?
- Wie kann der Text noch besser auf die Wünsche der Leser eingehen?
- Fühlt sich die Zielgruppe angesprochen und zur Kontaktaufnahme motiviert?

Viele meiner Kunden haben mir bestätigt: Der Blick von außen hilft sehr beim Beantworten dieser Fragen. Es ist nicht immer leicht, das eigene Angebot aus den Augen der (potenziellen) Kunden zu sehen. Dabei unterstütze ich Sie.

In den meisten Info-Materialien, die ich bisher von Selbstständigen wie Coaches, Trainern, Therapeuten und Beratern aller Branchen gesehen habe, steckt riesiges Verbesserungspotenzial.

Setzen Sie sich bewusst ab von nichtssagenden Selbstdarstellungen.

Wenn Sie statt plumper Hochglanz-Werbung auf interessante Weise Einblick geben in Ihre Denk- und Arbeitsweise, Ihre Herangehensweise, dann finden die Kunden zu Ihnen, die genau zu Ihnen passen. Denn Sie ziehen Menschen an, die Ihren Ansatz gut finden und vielleicht gerade deshalb zu Ihnen und niemand anderem kommen wollen.

I. So können Sie vom Fachartikel-Textinar profitieren:

1. Sie sparen viel Zeit und Nerven, indem Sie mit professioneller Hilfe Ihr Projekt in nur 3 bis maximal 4 Wochen durchziehen
2. Sie bieten Interessenten nähere Informationen, mit denen Sie Ihr Angebot attraktiv darstellen
3. Sie sparen viel Geld, indem Sie selbst mitarbeiten, statt alles an eine Werbe- oder PR-Agentur zu delegieren
4. Sie lernen, worauf es bei glaubwürdigen Marketing-Texten generell ankommt und können Ihre restlichen Menüpunkte viel leichter selber texten
5. Sie erhalten etwas „nebenbei“, wofür Sie normalerweise mehrere hundert Euro zahlen müssten: wertvolle Beratung zu Ihrer Marketing-Ausrichtung
6. Sie gehen mit einem fertigen, optimierten Fachartikel und Hinweisen zu seiner Verbreitung aus dem Workshop
7. Sie können stolz auf sich sein, endlich Informationen auf die Beine gestellt zu haben, die wirklich anziehend sind für potenzielle Kunden

Nutzen Sie meine Beratung und tatkräftige Unterstützung

Ich bin Marketing-Beraterin, Texterin und Autorin und habe schon vielen Selbstständigen und kleinen Unternehmen geholfen, mehr oder bessere Aufträge zu gewinnen.

Bei aller Führung, die ich biete, ist mir zugleich sehr wichtig, meinen Kunden nichts überzustülpen. Sie sollen Ihr Unternehmen überzeugend darstellen und sich mit Ihrer Außendarstellung wohl fühlen.



Annja Weinberger (M.A.)

II. Das sagen andere Unternehmer über meine Unterstützung

Auszüge aus Original-E-Mails:

Hallo Fr. Weinberger!

*Herzlichen Dank für den überarbeiteten Text! Das klingt ja alles wirklich gleich viel besser!
Man merkt halt gleich, wenn jemand vom Fach ist!*

Danke und viel Erfolg mit ihrem Buch!

mfg

Peter Jukel / Grafik und Fotografie, Graz, Österreich

Mit Hilfe von Frau Weinberger den Knoten gelöst

Manchmal sitzt man an einem Text und die Worte, die man zu Papier bringt, drücken nicht das aus, was man eigentlich übermitteln möchte. So ging es mir mit der Ausschreibung zu einem Coachingprogramm, an dem mein Herz hing. Annja Weinbergers Angebot eines Textcoachings kam da wie gerufen. Dass sie gut texten kann, wusste ich aus anderen Zusammenhängen. Doch ihre wahre Leistung geht weit darüber hinaus. Durch ihre Anmerkungen und Fragen hat sie bei mir den Knoten zum Platzen gebracht. Mir wurde klar, worin die wichtigste Botschaft meines Angebots lag und was mich gehindert hatte, diese zum Leuchten zu bringen. Von da an war es ganz leicht. Der neue Text schrieb sich fast wie von selbst und hat genau die Menschen in mein Coachingprogramm gebracht, für die ich das Programm entwickelt hatte. Ein ganz großes DANKE an Sie, Frau Weinberger.

Monika Birkner

Coaching und Consulting, Frankfurt

www.blog.monika-birkner.de

Sehr geehrte Frau Weinberger,

*vielen Dank für Ihren aussagekräftigen Text und die Anmerkungen.
Ihr Vorschlag trifft „bestimmt auf den Nerv“ meiner Zielgruppe. Beim ersten Überfliegen Ihrer Zeilen habe ich vielleicht eine kleine Ergänzung/Änderung, aber sonst werde ich Ihren Text gerne so übernehmen.*

Mit freundlichen Grüßen und einen schönen Restsonntag,

Manon Sandbrink

Messgeräte Service Ltd.

Vertrieb von Wärme-, Wasserzählern und Zubehör

www.messgeraete-service-ltd.de

III. Welche Voraussetzungen sollten Sie mitbringen?

Das Fachartikel-Textinar ist in erster Linie für Unternehmen gedacht, die eine Dienstleistung anbieten oder erklärungsbedürftige Produkte.

Sie profitieren am meisten von dem Workshop, wenn Sie folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Sie können Ihre Zielgruppe klar benennen – zumindest einigermaßen klar :-)
- Sie sind bereit, ein Stück Ihres Know-hows gratis preiszugeben, um im Gegenzug dafür die Kontaktdaten Ihres Interessenten zu erhalten
- Sie haben den Ehrgeiz, zügig zu Ergebnissen zu kommen

IV. Die Konditionen unserer Zusammenarbeit

Was bekommen Sie im Fachartikel-Textinar?

- Drei Schritt-für-Schritt-Anleitungen per E-Mail.
Damit haben Sie einen Leitfaden – inkl. Formulierungsvorlage! – an der Hand, um Ihren Fachartikel selber zu texten.
- Zwei Telefonate
Darin erhalten alle Teilnehmer Erklärungen und Gelegenheit zu Fragen + Antworten
- Eine individuelle Unterstützungseinheit.
Ich überarbeite Ihren Text-Entwurf und gebe Hinweise zur Verbreitung des Artikels

Sie gehen mit einem fertigen, verbesserten Fachartikel aus dem Textinar:
Vorschlag für Überschriften, Zwischenüberschriften, Fließtext sowie für die Benennung der Menüpunkte – inklusive eines Korrektur-Durchgangs.

Was kostet das Fachartikel-Textinar?

**Frühbucher-Preis bei Buchung bis 14 Tage vor dem Starttermin:
385,- Euro zzgl. ges. MWSt**

**Regulärer Preis bei späterer Buchung
485,- Euro zzgl. ges. MWSt**

Ihr Zeit-Investment beträgt ca. 9 Stunden in drei Wochen.

Fragen Sie auch nach meinem Textinar „Website (Re-)Launch - Internet-Startseite mit Sogwirkung“ - es folgt dem gleichen Prinzip. [Starttermine 2011](#).

Preis-Vergleich

Wer einen 2seitigen werblichen Info-Text neu erstellen lässt, zahlt laut Honorartabelle des „Rotstift 2007“ bei einer kleinen Agentur 580,- Euro. Ohne Beratung zur bestmöglichen Verbreitung des Textes.

Bei großen Agenturen liegt die Spanne zwischen 765,- und 1.350,- Euro. Die Preise wurden ermittelt durch WerbeCheck-Scoring.

Storno Die Buchung erfolgt schriftlich und ist verbindlich. Bei Rücktritt sechs Tage oder weniger vor Programm-Start wird eine Stornogebühr von 40 Prozent des Honorars erhoben. Die Rechnungsstellung erfolgt bei Start des Textinars.

Dafür stehen VIVA Akquise! Textinare

VIVA Akquise steht für unaufdringliche, aber wirkungsvolle Akquise.

Die VIVA-Formel habe ich im Rahmen meines Buches „Corporate Identity – Großer Auftritt für kleine Unternehmen“ entwickelt. Sie hilft, das große Ganze der Unternehmensführung in den Griff zu bekommen

V – Vision: Was wollen Sie mit Ihren Unternehmen in die Welt bringen?

I – Identität: Wofür stehen Sie und wie wollen Sie gesehen werden?

V – Verhalten: Wie spiegelt sich Ihre Vision in Ihrem Verhalten wider?

A – Auftritt: Wie kommunizieren Sie intern und extern – wie werden Sie wahrgenommen?

Alle Angebote aus der Reihe VIVA Akquise! sind auf Aktionen ausgerichtet, die zu Ihnen und Ihren Kunden passen, die auf Erfolg fokussiert sind und Ihnen Freude machen.

Buch: [Corporate Identity – Stiebner Verlag München](#)

Mehr zu meiner Person, meiner Marketing-Philosophie und meiner Arbeitsweise erfahren Sie unter www.annjaweinberger.eu und auf meinem Blog: www.viva-akquise.de

Interessiert? Nehmen Sie bitte mit mir Kontakt auf!

Am besten erreichen Sie mich per E-Mail:

info@annjaweinberger.eu

Sie können es aber auch gerne per Telefon versuchen: +49 (0)30 / 45 03 10 35

oder mir per Formular eine Nachricht schicken: <http://www.annjaweinberger.eu/kontakt>

Lassen Sie uns gemeinsam klären, ob ein Textinar für Sie das geeignete Mittel ist, um deutlich bessere Info-Materialien für Ihre potenziellen Kunden auf die Beine zu stellen.