

Der Textletter im Juni 2010

Hier finden Sie Ideen und Impulse rund um glaubwürdiges Marketing

Inhalt

1. Inspiration - Neue Kunden durch Kaltakquise?
2. Goldstück- Audiobeiträge
3. Vorher-Nachher - Weg von der "Wir-Sprache" hin zur "Sie-Sprache"
4. Bücher & Co. - Vorträge und UnternehmerInnen-Tage
5. In eigener Sache

Textletter empfehlen, abbestellen, Kontakt aufnehmen

1. Inspiration - Neue Kunden durch Kaltakquise?

Macht es für kleine Unternehmen Sinn, mithilfe von Telefonaktionen und Werbebriefen neue Kunden zu suchen? Diese Frage stellen mir gerade gleich mehrere meiner Kunden. Antworten muss ich darauf mit "Kommt drauf an"...

Generell gilt: Je "wärmer" der Kontakt, dem Sie ein konkretes Angebot machen wollen, desto einfacher und meist auch angenehmer die Akquise. Der klassische Weg des Direct Mailing an völlig unbekannte Ansprechpartner mit Vor- oder Nachtelefonieren ist nur etwas für Menschen, die Absagen recht gut wegstecken können. Denn die Response-Quote - also die Quote derjenigen, die auf Ihr Angebot eingehen - liegt bei der Kaltakquise bei rund 1 bis 3 Prozent. Wenn Sie also 100 Adressen anschreiben, können Sie mit 1 bis 3 Zusagen rechnen - und müssen 97 bis 99 Absagen verkraften können.

Diese Zahlen stammen aus dem klassischen Direktmarketing und sind erhoben worden bei groß angelegten Mailing-Aktionen. Das Anschreiben von 5.000 oder 30.000 Adressen ist da keine Seltenheit. Wer Werbebriefe nur an 50 oder 100 Adressaten verschickt, kann meist wesentlich spezifischer auf die Ansprechpartner eingehen als bei den klassischen Großaussendungen. Daher kann Ihre Response-Quote höher ausfallen. Dennoch: Das Grundprinzip der Kaltakquise heißt "Aussieben" - einige Interessenten bleiben hängen, viele nicht. Wer das weiß und als normal - nicht als Versagen - einkalkuliert, kommt mit dem Aussieb-Prozeß besser klar.

Worauf kommt es jetzt speziell für kleine Unternehmen bei einer Kaltakquise-Aktion an?

[Weiter ...](#)

Hier meine Top 5 der besten Erfolgsgaranten für eine Kaltakquise-Aktion:

1. Sehr gut recherchierte Adressen

Finden Sie den richtigen Ansprechpartner für Ihr spezielles Thema

2. Sehr spezifisch auf die Interessen des Ansprechpartners zugeschnittene Ansprache

Finden Sie einen guten Aufhänger für Ihren Vorschlag

3. Sehr ansprechend aufgemachtes Anschreiben plus Antwort-Bogen

Finden Sie eine packende Überschrift und legen Sie möglichst noch einen originellen "Hingucker" dazu

4. Sehr geschicktes Vorgehen

Finden Sie heraus, ob es sinnvoller ist vor- oder nachzutelefonieren - oder tun Sie beides.

5. Sehr positive innere Haltung

Finden Sie zu einer absolut positiven Einstellung oder lassen Sie die Kaltakquise bleiben und gehen andere Wege

Alle Punkte erfordern recht viel Sorgfalt und Engagement. Überlegen Sie daher gut, ob Sie Ihre wertvolle Zeit und Energie in die Kaltakquise stecken sollen. Ich persönlich und auch eine Reihe meiner Kunden haben schon mehrfach gute Erfolge damit erzielt. Denken Sie intensiv über einen wirklich attraktiven Aufhänger für Ihre Kontaktaufnahme nach. Einfach 100 Personalleitern ein Training zu Zeitmanagement, Konfliktbewältigung oder gar Coaching vorzuschlagen, ist aus meiner Erfahrung nahezu aussichtslos. Ein Personalleiter erhält im Durchschnitt rund 30 Telefonakquise-Anrufe pro Tag - dreißig! Da ist es nicht verwunderlich, wenn er beim x-ten Anruf eine konventionelle Anfrage im Stil von "haben Sie mein Angebot zum Zeitmanagement-Training schon gelesen" nur noch abwimmeln will.

Lesen Sie im Textletter-Archiv den Beitrag von Telefonakquise-Expertin Claudia Dietl, den sie als Gastbeitrag veröffentlicht hat: [11/2009-Telefonakquise-leicht-gemacht](#)

2. Goldstück - Audiobeiträge

"Werden Sie hörbar!" titelt Brigitte Hagedorn auf Ihrer Website.

Die ehemalige Radio-Journalistin bietet Services rund um Audiobeiträge und Podcast. Ich konnte mich in einem ihrer Seminare von der Kraft des gesprochenen Wortes überzeugen. Und davon, dass es gar nicht so aufwändig ist, Audioaufnahmen herzustellen und so zu bearbeiten, dass sie fürs eigene Marketing einsatzfähig sind.

Audiobeiträge können Sie gezielt für Ihre Akquise einsetzen!

Brigitte Hagedorn wird in einer der nächsten Ausgaben des Textletters einen Gastbeitrag darüber schreiben.

Wer schon jetzt Lust hat auf akkustische Ausflüge, wird auf ihrer Website fündig:

<http://www.audiobeitraege.de>

und kann auf www.podcast.de oder www.dasabenteuer-leben.de in die Podcasts einiger Trainern und Coachs hineinhören.

3. Vorher-Nachher - Weg von der "Wir-Sprache" hin zur "Sie-Sprache"

Sie haben es sicher schon bemerkt: Ich bin ein großer Fan von Marketing-Texten, die den Leser direkt ansprechen. Statt abstrakt und distanziert zu berichten "so arbeiten wir", "das bieten wir", "so erfolgreich sind wir" ... plädiere ich für die "Sie-Sprache".

Damit kommen Sie weg von der "Ich- / Wir-Perspektive" hin zum Gegenüber, hin zum Kundennutzen, hin zu dem, was Leser interessiert. Mit der "Sie-Sprache" sprechen Sie direkt Bedürfnisse Ihrer (potenziellen) Kunden an.

Und so können Sie ganz leicht Ihre Texte umwandeln:

Statt zu schreiben:

Wir bieten

- Auftragssachbearbeiter mit persönlichem Engagement
- interessierte Beratung und genaue Ermittlung des jeweiligen Bedarfs
- Angebotszuverlässigkeit

(das Beispiel habe ich der Website einer Druckerei entnommen)

können Sie viel direkter erklären, welche Vorteile sich aus einer Zusammenarbeit mit Ihnen ergeben.

Was hat ein Kunde davon, wenn es Auftragssachbearbeiter gibt? Wahrscheinlich ist gemeint, dass Sie als Kunde einen festen Ansprechpartner haben, der sich um Ihre Fragen und Wünsche kümmert.

Formulieren Sie um:

- Sie haben einen festen Ansprechpartner an Ihrer Seite

Mit ihm können Sie alle Fragen klären und Ihre speziellen Wünsche umsetzen

Was hat ein Kunde von Beratung und genauer Ermittlung des Bedarfs? Der Nutzen liegt sicherlich vor allem im Einsparen unnötiger Kosten und in einem optimalen Endergebnis.

Formulieren Sie um:

- Sie sparen unnötige Kosten und erzielen das bestmögliche Ergebnis

Das ermöglicht unsere exakte Ermittlung Ihres Bedarfs und intensive Beratung.

Wie profitiert ein Kunde von Angebotszuverlässigkeit (uff, 23 sperrige Buchstaben)? Der Kunde kann sicher sein, dass nicht plötzlich "unvorhergesehene" Zusatzkosten entstehen.

Formulieren Sie um:

- Sie können sich darauf verlassen, dass wir unsere Angebote nicht überschreiten

Aufgrund unserer sorgfältigen Kalkulation erleben Sie keine bösen Überraschungen

Merken Sie den Unterschied? Statt lange und zum Teil recht sperrige Substantive aneinanderzureihen, formulieren Sie einen Text, der dynamisch wirkt. Die Leser erhalten eine Antwort auf die Frage, die jedem potenziellen Käufer durch den Kopf geht: "Und was habe ich davon?" Wer darauf klare und direkte Antworten geben kann, hat sehr, sehr vielen Unternehmen etwas voraus.

4. Bücher & Co.

Sind Sie am 10. Juni in Berlin? Dann besuchen Sie mich auf dem Unternehmertag Junex in Friedrichshain-Kreuzberg. Um 11 Uhr halte ich dort einen Impuls-Vortrag:

"Leichter Aufträge gewinnen":

- Vorstellung der VIVA-Formel (Vision – Identität – Verhalten – Auftritt)
- Glaubwürdiger und erfolgreicher akquirieren
- Wie Sie auf einfache Weise mehr Gehör bei Ihren Kunden finden

Der Eintritt ist frei.

<http://www.lonex-berlin.de/info/seminare>

Und am 19. Juni können Sie mich auf dem 5. Berliner Unternehmerinnen-Tag treffen. Ab 16 Uhr am Gemeinschaftsstand des Business and Professional Womens Club BPW und des Journalistinnenverbandes.

<http://www.berliner-unternehmerinnentag.de>

Ich würde mich freuen, Sie zu treffen.

5. In eigener Sache

Tipp-Booklet

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 Gedankenanstöße bringen Sie sich in Schwung. Sie bestellen einfach, indem Sie das Stichwort "Tipp-Booklet Akquise" sowie Ihre Rechnungsadresse an info@annjaweinberger.eu mailen.

VIVA-Akquise-Programm

Ab sofort können Sie mehr und müheloser Kunden gewinnen mit meinem individuell betreuten VIVA-Akquise-Programm.

Die Leitidee des Programms lautet: "Akquise mit Vision" - lassen Sie sich bei der Akquise von Ihrer Unternehmensvision beflügeln!

Es richtet sich an alle Selbstständigen, an kleine Unternehmen und Organisationen, die mit ihrem Marketing an einem Wendepunkt stehen. An einem Wendepunkt, weil klar ist: Es kann jetzt rasant nach oben gehen - oder nach unten. Das liegt ganz an den Akquise-Erfolgen der nächsten Monate.

Das Programm besteht aus einem Arbeitsbuch mit 10 Kapiteln fürs Selbststudium sowie individuellen Beratungsstunden, in denen ich Sie beim Ausarbeiten Ihrer Akquise-Strategien und bei Ihren Marketing-Texten unterstütze.

Fordern Sie genaue Informationen über das Programm an und sichern Sie sich kostenfrei die ersten drei Kapitel des Arbeitsbuchs. Einfach unter [Angebot](#) das Anfrageformular ausfüllen oder schicken Sie mir eine E-Mail an info@annjaweinberger.eu

Sonntags-Sprechstunde

Nutzen Sie meine kostenfreie Sonntags-Sprechstunde und klären Sie Fragen rund um Ihre Marketing-Texte und Akquise-Projekte. Ich freue mich auf Ihren Anruf, denn durch Ihre Frage erhalte ich Anregungen für meinen Newsletter und Blog - und Sie schnelle Hilfe.

Die nächsten Termine:

13. Juni und 4. Juli zwischen 11 und 13 Uhr

Nähere Infos auf meinem [Blog](#).

Neuer Ratgeber: CI für kleine Unternehmen

Die ersten Rezensionen auf Amazon sind erschienen. "Kleines Standardwerk" wird mein 176-seitiges neues Buch zum Beispiel genannt. Und wirklich hilfreich für Klein(st)-Unternehmen - spannend gestaltet sei es auch. Genau das soll mein neues Buch bieten:

Praktische Hilfen und Inspiration für den Unternehmensalltag.

"Corporate Identity - Großer Auftritt für kleine Unternehmen" kann bei [Amazon](#) oder bestellt werden oder direkt beim [Verlag](#).

Werfen Sie einen Blick in das [Inhaltsverzeichnis](#) ins Internet. Dann können Sie besser beurteilen, ob es auch für Sie wertvollen Rat enthält.

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.

Ich freue mich über Ihr Feedback zum Textletter, meinen Websites etc. und über Fragen zu meinen Leistungen - schicken Sie mir einfach eine E-Mail oder rufen Sie mich an. Alle Kontaktdaten finden Sie nachfolgend.

Herzlichen Dank für Ihr Interesse!

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