

Communication Newsletter

Oktober 2008

In diese Ausgabe

[Bringen Ihre Kundenmailings den gewünschten Umsatz?](#)

[Souverän auftreten - klar kommunizieren](#)

Quick Links

[Beratung](#)
[Trainings](#)

:: +43/664/234 23 67

Liebe Frau Muschitz-Fink

Herzlich Willkommen bei neuen Communication-Newsletter. Sie werden darin **jeden 2.Monat Tipps** finden wie Sie **klar kommunizieren** können. Sei es im Gespräch oder beim schriftlichen Austausch mit Kunden, KollegInnen oder MitarbeiterInnen.



Bringen Ihre Kundenmailings den gewünschten Umsatz?

Waren Sie mit dem Rücklauf nach dem letzten Mailing zufrieden? Oder machen sie keine Mailings mehr, weil sie ohnehin nichts bringen?

Oft liegt der Grund für den geringen Rücklauf nicht am Desinteresse des Kunden, sondern an schlechten Texten bei Mailings. Gerade Klein- und Mittelbetrieben, die ihre Werbemaßnahmen nicht externe Werbeagenturen abgeben oder keine eigene Marketing-Mitarbeiter haben, kämpfen mit dem Problem: Wer schreibt die nächste Aussendung und informiert die Kunden über das neue Produkt?

Was soll in einem guten Werbetext stehen?

In den meisten Fällen wird das neue Produkt aus der Sicht des Unternehmens beschrieben. Voll Stolz wird über die aufwändige Forschung geschrieben und wie toll das Produkt ist. Und was hat der Kunde davon? Nichts. Den meisten Menschen ist es ziemlich egal, was Sie in die Entwicklung gesteckt haben oder welche technischen Feinheiten das Produkt hat. Solange für den potenziellen Käufer nicht klar ist, was er davon hat. Doch das steht leider in den wenigsten Fällen irgendwo geschrieben. In einem guten Werbetext ist der Nutzen des Produktes für den Kunden klar beschrieben. Der Kunde soll aus dem Werbetext erfahren, was er für Vorteile aus dem Produkt oder der Dienstleistung ziehen kann.

Ein weiteres Problem bei Werbetexten ist die Angst zu marktschreierisch oder aufdringlich zu wirken. Daher wird dem Kunden erst gar nicht gesagt, was er tun soll. In einem Großteil der Mailings wird zwar ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung angekündigt, der Kunde wird aber nicht aufgefordert zu kaufen - aus Angst zu anbiedernd zu sein. Erwarten Sie nicht, dass ihre Kunden Gedankenlesen können und von selbst darauf kommen, dass Sie mit dem Werbebrief etwas verkaufen wollen. Machen sie es Ihren Kunden stattdessen so leicht wie möglich mit Ihnen ins Geschäft zu kommen - z.B. indem Sie schreiben "Nützen Sie den Einführungsrabatt von 20% und bestellen Sie noch heute".

Eine weitere Schwierigkeit bei Schreiben von Werbetexten oder Texten für die Firmen-Website ist, dass selten vorher die Frage gestellt wird: **"Was will ich mit meinem Text erreichen?"**. Das sollten Sie sich vor dem Schreiben jedes Textes überlegen - wenn Sie mit dem Text etwas verkaufen wollen, fordern Sie den Leser auf zu bestellen. Wenn Sie den Kunden über ein neues Produkt informieren wollen und ihm die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten zeigen wollen - verlinken Sie ihn auf Ihre Website, wo er sich diese Anwendungsmöglichkeiten ansehen kann. Wenn Sie vor dem Schreiben des Textes nicht klar wissen, was Sie erreichen wollen, wird der Text schwammig und unklar. Dann verpufft das Mailing und bringt nicht den erwarteten Rücklauf.

Werbetexte schreiben ist lernbar

Sie denken sich - leichter gesagt, als getan. Die gute Nachricht ist: Schreiben ist lernbar. Im zweitägigen Workshop "Frische Marketingtexte gestalten" bekommen Sie Tipps, wie ein gutes Mailing oder Presstext aussehen muss um anzukommen. Sie lernen kreative Schreibmethoden um rasch Texte zu verfassen, beschäftigen sich mit den Zielen von Texten und bekommen einen Werkzeugkoffer zum Überarbeiten von Texten. Nähere Information zum Workshop finden Sie am Ende des Newsletters.

Viel Erfolg mit Ihrem nächsten Mailing wünscht Ihnen

Ihre

Michaela Muschitz

Souverän auftreten - klar kommunizieren

Manchen Menschen beeindruckt durch ihr souveränes Auftreten. Jeder Satz ist klar formuliert, bringt die Sache auf den Punkt und sie strahlen vor Selbstbewusstsein. Solche Menschen sind beneidenswert. Doch was ist ihr Geheimnis? Ich behaupte: Diese Menschen, wissen was Sie wollen.

Je klarer Ihnen ist, welches Ziele Sie erreichen wollen, desto klarer ist ihr Denken und damit auch Ihre Kommunikation. Denn bei allen, was Ihnen über den Weg läuft können Sie entscheiden - bringt mich das meinem Ziel näher oder nicht?

Doch da haben wir schon das größte Problem, mit dem die meisten Menschen zu mir ins Coaching kommen: Was will ich?

Eine US-Studie hat die Absolventen eines Jahrganges einer renommierten Hochschule nach ihren Zielen gefragt. Nur 3% der Absolventen hatten ihre Ziele schriftlich festgehalten. 30 Jahre später hielten diese 3 % Dreiviertel des Vermögens und des Einkommens des Jahrganges. Wieso das? Sie hatten Ihre Ziele aufgeschrieben. Schreiben steigert das Commitment, die Motivation, das Engagement und die Durchsetzungskraft für Ihre Wünsche auch unnachahmliche Art und Weise.

Ich lasse meine KlientInnen immer eine Liste mit 100 Zielen und Wünschen schreiben. Auch wenn Sie anfangs stöhnen und meinen die Liste nie fertig zu bekommen, füllt sich die Liste mit der Zeit. Für die ganz Kritischen kann es anfangs hilfreich sein zu überlegen, was Sie nicht wollen und daraus dann zu entwickeln, was sie stattdessen wollen.

Doch was hat das ganze Ziele formulieren mit souverän auftreten zu tun?

Paul Watzlawick hat gesagt "Man kann nicht nicht kommunizieren". **Sie sind mit Ihrer Umgebung permanent im Austausch** - über ihre Körpersprache, ihre Stimme mit all ihren Zwischentönen und dem was sie sagen, kommunizieren Sie. Wir wirken auf unsere Umgebung zu 60% über unsere Körpersprache, zu 30% über unsere Stimme und nur zu 10% über den Inhalt, also das was wir sagen. Wenn Sie wissen, was Sie wollen, wirkt sich das auf Ihre Körpersprache und ihre Stimme aus. Sie werden souverän und authentisch auftreten, weil Sie wissen, was ihr Ziel ist.

"Start living the life you are meant for to live. You are here for a reason and the world needs what you have to offer." Wenn Ihnen klar ist, was Sie der Welt zu bieten haben in Ihrer Einzigartigkeit, treten Sie automatisch souverän auf. Und dann ist es auch ganz einfach darüber zu reden. Weil es nichts mehr schwammiges und unklares in ihrem Kopf und in Ihrem Herzen mehr gibt. Dann können Sie klar kommunizieren und können die "Ähms" und "was ich sagen wollte" weglassen. Und Sie brauchen keine Füllwörter wie "eigentlich" mehr, die ihre Kommunikation schwächen und verwässern.

Also: Was haben Sie der Welt zu bieten? Was ist Ihr Ziel?

Finden Sie es heraus!

Frische Marketingtexte gestalten



Schreiben Sie ansprechende Werbetexte, die gerne von Kunden gelesen werden und Ihren Umsatz steigern!

Im 2 tätigen Workshop lernen Sie, wie Sie Werbebriefe, PR-Texte und Webtexte lebendiger formulieren, und das in kürzerer Zeit. Sie bekommen Hinweise wie ein Mailing oder Presstext aussehen muss, um ansprechend zu wirken und worauf es bei Webtexten ankommt.

Erfahren Sie mehr über den Workshop auf [meiner Homepage](#)
Melden Sie sich gleich an und sichern Sie sich Ihren Platz!

[Newsletter weiterleiten](#)

✉ **SafeUnsubscribe®**

E-Mail-Empfänger: m.muschitz-fink@kabsi.at, E-Mail-Absender: hafen@lighthouse-coaching.at

[Profil/E-Mail-Adresse aktualisieren](#) | Sofort aus Verteiler löschen mit [SafeUnsubscribe™](#) | [Datenschutzrichtlinien](#).

Email Marketing by



Lighthouse Coaching & Communication | Hauptstrasse 13 | Baumgarten | 3441 | Austria