



# Communication Newsletter

April 2009

## In diese Ausgabe

[Die Sprache des Kunden](#)

[Reden ohne Scheu](#)

## Quick Links

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

:: +43/664/234 23 67

Liebe Frau Muschitz-Fink

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

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Ihre

Michaela Muschitz

## Die Sprache des Kunden

Wenn ich im Marketingtexte-Seminar von meinen TeilnehmerInnen Texte lese, muss ich immer wieder nachfragen, was sie mit dem Text sagen wollen. Da werden Texte geschrieben, die firmenintern sicher jeder versteht - aber leider nicht der Kunde. Wenn ich nachfrage, ob man das nicht einfacher sagen kann, höre ich oft - der Chef will das aber so formuliert haben. Da stelle ich mir die Frage: Soll der Text dem Chef oder dem Kunden gefallen?

### Der Köder muss dem Fisch schmecken

Indem firmeninterne Fachbegriffe verwendet werden, wird der Kunde verschreckt statt sein Interesse geweckt. Gerade bei Werbetexten können Sie davon ausgehen, dass das Interesse des Kunden gering ist. Seine Bereitschaft den Text zu lesen ist dann niedrig, wenn Begriffe vorkommen unter denen er sich nichts vorstellen kann. Wer will schon gerne zugeben, dass er etwas nicht versteht? Da wird der Text schnell weggelegt oder gar weggeworfen und er verfehlt sein Ziel - den potenziellen Kunden von einem neuen Produkt zu überzeugen.



**Lös mein Problem!**

Die meisten Marketing-Texte preisen ein Produkt oder eine Dienstleistung an, ohne den Kunden dort anzuholen wo er steht. Der denkt nämlich nur an sein Problem. Wenn ich daher das Problem, das der Kunde hat, beschreibe, wird er bereit sein weiter zu lesen. Denn er fühlt sich dann verstanden und hofft, dass er im Text eine Lösung für sein Problem findet - idealerweise ist ihr Produkt/ ihre Dienstleistung die Lösung. Beschreiben Sie daher, wie Sie das Problem des Kunden lösen. Bedenken Sie: Menschen kaufen dann ein Produkt oder eine Dienstleistung, wenn es ein Problem für Sie löst oder ihnen das Leben leichter, schöner, effizienter macht.

**Mein Kunde ist ja nicht blöd, Mann!**

Das höre ich leider immer wieder mal, wenn ich im Seminar dazu auffordere, klar zu beschreiben, was der Kunde davon hat, wenn er das Produkt kauft. Nach dem Motto - der Kunde weiß von allein, was er davon hat. Ja vielleicht. Aber es setzt voraus, dass der Kunde bereit ist sich Gedanken darüber zu machen, wie und ob das Produkt sein Problem löst. Da sind wird dann wieder bei der Bereitschaft und beim Interesse des Kunden. Im Zeitalter der Informationsüberflutung will sich der Kunde nicht auch noch Gedanken darüber machen müssen, ob Ihr Produkt genau das ist, dass ihm hilft sein Problem zu lösen. Schicken Sie Ihren Kunden nicht auf Ostereier-Suche durch den Text nach dem Motto: Er wird zwischen den Zeilen schon finden, was er von dem Produkt hat.

Sprechen Sie lieber die Sprache Ihres Kunden, holen Sie ihn bei seinem Problem ab und zeigen Sie ihm wie ihre Dienstleistung/Ihr Problem die Lösung dafür ist.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Schreiben in der Sprache Ihres Kunden!

Ihre

Michaela Muschitz

**Reden ohne Scheu**

Mehr als die Hälfte aller Menschen leiden unter Rede-Angst. Vor einer Kollegen-Runde oder Vorgesetzten zu präsentieren treibt so manchen den Angstschweiß auf die Stirn.

Doch sich und seine Arbeit vor anderen souverän präsentieren zu können, ist eine wichtige Voraussetzung um die Karriereleiter hinauf zu klettern. Meine liebe Kollegin und Freundin Susanne Vollhofer hat sich darauf spezialisiert Mut zum Reden zu machen. Sie hilft Menschen, die im Reden ungeübt sind, sich optimal vor einer Gruppe zu präsentieren und den Kloß im Hals zu überwinden.

Mehr Infos über [Reden ohne Scheu](#)

## Business Writing: Flott schreiben - schnell lesen



**Im Workshop lernen Sie E-Mails, Angebote und Kundenbriefe prägnant und ansprechend zu schreiben.** Sie bekommen Tipps, wie Ihre Texte verständlicher werden und Sie dem Leser schneller klar machen, worum es geht.

Sie lernen darüber hinaus wie Sie mit Speedreading den Überblick in der Informationsflut behalten!

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](mailto: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