

Der Ton macht die Musik – die besten Tipps für Ihre Geschäftskorrespondenz!

Wie Sie mit verständlichen und floskelfreien Briefen und E-Mails beeindrucken!

von Gisa Schuh, Korrespondenztrainerin, Effektive Kundenbetreuung

Für Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit zur Verfügung!

Wer kennt diesen Satz nicht! Briefe und E-Mails sind voller Floskeln, die an veraltetes Amtsstubendeutsch erinnern und unpersönlich klingen.

Die schriftliche Kommunikation fristet in vielen Unternehmen ein Schattendasein. Dabei gehen täglich Hunderte und Tausende von Schreiben an den Kunden. Der Eindruck dieser Briefe und E-Mails prägt das Außenbild eines Unternehmens maßgeblich.

Wie verständlich und persönlich sind eigentlich Ihre Briefe? Durchforsten Sie Ihre Schreiben einmal auf Floskeln! Achten Sie dabei vor allem auf Anfangs- und Ausstiegssätze.

Der erste Eindruck ist entscheidend!

Viele Schreiben beginnen mit folgendem Satz:



...bezugnehmend auf das soeben geführte Telefonat überreichen wir Ihnen in der Anlage...



...danke, dass Sie sich die Zeit genommen haben, das Thema am Telefon zu besprechen. Ich habe die Unterlagen sofort für Sie zusammengestellt.

Andere Einstiege nach einem Telefongespräch:

- Vielen Dank für Ihre Zeit am Telefon.
- Vielen Dank für das Gespräch, das uns ein gutes Stück weitergebracht hat.

Ein guter Schluss – ein Muss!

Wie wäre es mit folgenden Schlusssätzen?

- Vielleicht haben sich noch Fragen ergeben, die wir gemeinsam klären können. Wir helfen Ihnen gern.
- Wenn Sie noch Fragen haben, dann rufen Sie uns bitte an. Wir sind für Sie da.

Verbannen Sie Amtsstubendeutsch aus Ihren Briefen!

anbei	→ mit diesem Brief, heute, hier
das geführte Telefonat	→ unser Gespräch
Mit freundlichen Grüßen	→ Freundliche Grüße / Beste Grüße
in Kenntnis setzen	→ informieren
Bemühungen	→ Mithilfe, Unterstützung
in Rechnung stellen	→ berechnen

Wie Sie die Optik Ihrer Briefe ansprechend gestalten!

Auch die äußere Form eines Briefes spielt eine wesentliche Rolle bei der Wirkung auf den Kunden. Dieser entscheidet dadurch nämlich unbewusst, ob er den Brief wirklich lesen möchte oder nicht.

Überprüfen Sie Ihre Schreiben doch einmal auf folgende Punkte:

- Haben Sie den Brief in sinnvolle Absätze aufgeteilt? Ist vor allem der 1. Absatz kurz und prägnant? Absätze sollten 3-5 Zeilen nicht übersteigen.
- Haben Sie wichtige Wörter hervorgehoben? Unterstützen Sie den Leser beim Erfassen der wesentlichen Inhalte!
- Erfüllt der Briefaufbau die Regeln der DIN-Normen? Stimmen z. B. die Zeilenabstände: zwischen Betreff und Anrede 2 Zeilen, zwischen Text und Grußformel 1 Zeile Abstand.
- Wie wirkt der Brief als Ganzes auf Sie? Lassen Sie das Schreiben in der Funktion „Gesamtansicht“ auf sich wirken.

Was richtiges Schreiben mit Kundenorientierung zu tun hat!

Sie haben veraltete Floskeln aus Ihren Briefen verbannt und auch optisch ist Ihr Brief auf Hochglanz? Wunderbar. Dann bleibt noch eine wichtige Frage: Haben Sie **fehlerfrei** geschrieben? Sobald der Kunde über **Rechtschreib- oder Kommafehler** stolpert, leidet der Briefinhalt. Schade um die Botschaft, die Sie transportieren möchten. Fehler lenken den Leser ab und dieser zweifelt vielleicht daran, ob Sie sich wirklich genügend Zeit für dieses Schreiben genommen haben.

Bei Beschwerden den richtigen Ton treffen!

Wie heißt es so schön: Im Beschwerdemanagement zeigt sich der wahre Geist eines Unternehmens! Was würden Sie denken, wenn Sie auf eine Beschwerde immer wieder den Einstiegssatz „Vielen Dank für Ihren Brief und das uns entgegengebrachte Vertrauen“ zu lesen bekämen? Dieser Satz klingt nach einem Textbaustein. Also alles andere als individuell verfasst.

Tipps für eine kundenorientierte Reaktion:

- Versetzen Sie sich in den Kunden. Verstehen Sie seinen Ärger und schreiben Sie ihm das auch: „Ihren Ärger verstehen wir gut. / Sie haben sich zu Recht geärgert.“
- Entschuldigen Sie sich, wenn Sie einen Fehler gemacht haben: „Bitte entschuldigen Sie, dass...“
- Erklären Sie, was passiert ist. Aber Achtung: so kurz wie möglich. Kaum ein Leser interessiert sich für Details. Bieten Sie dann eine Lösung an.
- Lesen Sie Ihren Brief aus dem Blickwinkel des Kunden. Wären Sie selber mit der Antwort zufrieden?

Der Ton macht die Musik – das gilt auch für Textbausteine!

Sie möchten, dass auch Ihre Standardbriefe und Textbausteine eine individuelle und kundenorientierte Note erhalten? Bei Briefen und E-Mails, die immer wieder mit dem gleichen Inhalt verschickt werden, ist es besonders wichtig, die Kundenbrille aufzusetzen und aus der Sicht der Kunden zu formulieren. Lassen Sie sich am besten professionell beraten, wenn es um die Überarbeitung von festen Textbausteinen geht.



PS – Wichtiges zum Schluss!

Wussten Sie, dass das PS das Erste ist, was in einem Brief aufmerksam gelesen wird? Nutzen Sie diese Tatsache und schreiben Sie ins PS wichtige Botschaften, z. B:

- PS: Kennen Sie schon unseren Newsletter? Unter www.effektive-kundenbetreuung.de halten wir Sie auf dem Laufenden!
- PS: Bitte denken Sie vor dem Abschicken des Formulars an Ihre Unterschrift!

Ein kleiner Trick mit sehr großer Wirkung. Probieren Sie es einfach einmal aus!

Ihre Ansprechpartner:

Sie sind neugierig auf das Thema geworden? Wir beantworten gern Ihre Fragen zu unseren Seminaren und freuen uns über Ihre Anregungen!