

Türöffner mit Stil – erfolgreiche Akquisebriefe schreiben

Wie Sie mit einem sympathischen Akquisebrief einen Fuß in die Tür bekommen

Viele Wege führen zum Ziel, um neue Kunden zu gewinnen. Für den Erstkontakt bevorzugen die meisten Verkäufer und Außendienstler das Telefon. Noch lieber ist ihnen die Begegnung am Rande einer Messe. Führt beides nicht zum Ziel, kann der Akquisebrief helfen, mit einem potenziellen Geschäftspartner ins Gespräch zu kommen. Sogar per E-Mail entfaltet eine frische und empathische Erstsprache große Wirkung, die unerwartet Türen öffnen kann.

Vorhang auf für den „stillen“ Verkäufer: Wenn gewohnte Wege versagen

- Balance - auf dem schmalen Grat zwischen Engagement und Penetranz
- Chuzpe - mit kreativem Charme die „Watchdogs“ überlisten
- Ausweg - Akquisebriefe dosiert und sinnvoll einsetzen

Gedanken zur Zielperson: Warum eine gute Recherche helfen kann

- Abgrenzung – Akquisebriefe von Werbebriefen unterscheiden
- Empathie – sich mental auf die Zielperson einstimmen
- Volltreffer – mit dem richtigen Ton und guten Argumenten überzeugen

Lernen aus der Weltliteratur: Hingucker eines Akquisebriefs

- Punktlandung - mit einem präzisen Betreff die Neugier wecken
- Königsdisziplin – mit dem ersten Satz einfangen und Weichen stellen
- Satzsatz - mit einer positiven Aussicht in Erinnerung bleiben
- Scheinwerfer - die Signalwirkung des Postskriptums nutzen
- Erste Schreibübungen

Nachakquise lustvoll planen: Grenzen des Akquisebriefs

- Ego – warum die Zielperson auch auf Ihren nächsten Schritt wartet
- Lernkurve - Misserfolge in Lerneffekte verwandeln
- Erfolgsgeheimnis - hinfallen, aufstehen, Krone richten, weitermachen

Authentisches Schreiben: Merkmale eines sympathischen Akquisebriefs

- Glaube - was sich mit einer positiven Handlungssprache erreichen lässt
- Sprachkraft - was Verben ausrichten und Adjektive anrichten

DIE BRIEFSTUDIO-SEMINARE

- Skepsis – warum die Marketingsprache Türen versperrt

Praxistransfer anhand von Schreibübungen

- Schreibübungen mit Fallbeispielen oder Akquisebriefen aus dem Geschäftsalltag der Teilnehmer
- Laborieren mit unterschiedlichen Textvarianten – deren Wirkung testen
- Besprechen eigener Brief- und E-Mail-Texte im Plenum (wer möchte)

Seminarziel / Nutzen:

Die Teilnehmer erkennen den Unterschied zwischen einem Werbebrief und einem Akquisebrief. Sie lernen, in welchen Situationen ein Akquisebrief sinnvoll ist und wie sie die Zielperson darin überzeugen können. Das Seminar vermittelt, wie es gelingen kann, im Erstkontakt eine „gute Figur“ zu machen und mit einem sympathischen Akquisebrief den begehrten Termin zu ergattern.

Zielgruppe	Vertriebsmitarbeiter, die bessere Akquisebriefe schreiben lernen und von praktischen Akquisetipps profitieren möchten
Referentin	Sylke Schröder ist Dipl.-Bankbetriebswirtin (ADG). Bis 2014 war sie als Vorstandsmitglied für den Vertrieb und die Kommunikation einer Direktbank verantwortlich. Aus eigener Erfahrung weiß sie, wie wichtig eine authentische Erstsprache für den Aufbau einer Marke ist. Heute ist die Referentin Inhaberin des BriefStudios. Dort schreibt sie nach wie vor Akquisebriefe – im Kundenauftrag und in eigener Sache. Ihr Wissen vermittelt sie in Seminaren, Workshops, Vorträgen und in Fachartikeln.
Dauer	Wahlweise 1 oder 2 Tage
Kontakt	BriefStudio, Sylke Schröder 99439 Ettersburg, Im Zweibuchenfelde 5 Telefon: 03643 9081993 sylke.schroeder@briefstudio.de www.briefstudio.de