



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Ein eigener Newsletter

von Peter Cristofolini, Ehrenmitglied im BDVT

Früher war ein Newsletter aufwendig und teuer, wenn vierfarbig gedruckt und die Information mit der Post verschickt werden musste. Mit dem Internet ist es heute viel leichter, aber bei der steigenden Informationsflut sind die Ansprüche gewachsen.

So ein Newsletter hat drei Vorteile:

Er bestätigt den Kunden, das ist der richtige Trainer oder Berater für mich, er hilft neue Kunden zu gewinnen und er fordert auf, sich mit wichtigen Themen intensiv zu beschäftigen.

Ein Newsletter muss durch Bilder und Fotos aufgelockert werden, mit den hochwertigen Smartphones ist das kein Problem. Wie wäre es während eines Trainings mal eine große Sandburg zu bauen? Sie muss ja nicht so riesig sein wie hier in Duisburg:



Bevor man mit dem Schreiben beginnt, muss man über die Zielgruppen nachdenken. Wer sind meine Kunden und welche will ich dazu gewinnen? Was interessiert sie?

Es sollten nicht nur eigene Trainings oder Beratungen sein, sondern viele kurze Tipps aus anderen Bereichen.

Und wie kommt man daran? Fachbücher und Fachartikel lesen und in Kurzform bringen (meist sind die Beiträge viel zu lang). Notizen aus der täglichen Praxis und Gesprächen geben auch viele Anregungen. Und wer wagt es auch mal die Aktivitäten eines Mitbewerbers zu loben? So etwas zeigt Größe und kommt gut an.



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Ein Newsletter sollte sechs- bis achtmal im Jahr ins Netz gestellt werden. Es ist wichtig dass er kurz ist (4 bis 5 Seiten) und aufgelockert wird durch viele Fotos und grafische Darstellungen. Wichtig: Diese Information erhalten nicht nur die direkten Gesprächspartner, sondern auch andere Entscheider im Unternehmen wie der Vorstand, Marketingleiter, Verkaufsleiter.

Und es darf auch mal ein Tipp sein wie dieser:

