



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Warum denn sachlich, wenn es auch persönlich geht.

von Peter Cristofolini, Ehrenmitglied im BDVT

Ja, ich weiß, eigentlich heißt es „warum denn persönlich, wenn es auch sachlich geht“, und das wird oft bei hitzigen Diskussionen gesagt.

Aber mir geht es heute um das Persönliche.

Das fängt schon bei den E-Mails an. Da bekomme ich Standardmails mit der Anrede „Hallo“ und dem Hinweis einer langen Liste weiterer Empfänger. Dabei ist die Nachricht nur für zwei oder drei Leute wichtig und denen könnte man doch schreiben „Guten Tag Herr ...“

Ärgerlich sind Grüße wie MfG - der Sender hat keine Zeit, mich zu grüßen. Warum nicht mal ein persönliche Formulierung wie „Auf ein baldiges Wiedersehen“ oder „Ein lächelnder Gruß“?

Und bei den vielen E-Mails wirkt ein Brief oft intensiver, vielleicht sogar handgeschrieben zum Jubiläum oder zum Geburtstag. Wie wäre es mit einem individuellen Stil: „Heute muß ich ihnen eine Neuigkeit berichten...“ Kurt Tucholsky hat in seinen Büchern viele Beispiele gebracht, nicht nur über gute und schlechte Redner.

Man kann darüber streiten, ob es gut ist, in den Briefkopf ein kleines Porträtfoto oder eine Zeichnung zu drucken. Es ist aber ein Vorteil, wenn man sich an das Gesicht erinnert.

Wenn eine Rückantwort gewünscht wird, sollte diese vorfrankiert sein. Dann ist die Rücklaufquote viel höher.

Briefen kann man auch etwas beifügen, z.B. ein getrocknetes Kleeblatt, um dem Empfänger Glück zu wünschen oder eine Karte mit dem

Spruch „Gib jedem Tag die Chance, der schönste Tag Deines Lebens zu werden“.

Die Newsletter über das Internet werden flüchtiger wahr genommen als früher die gedruckten Info-Briefe. Da hatte man etwas in der Hand und las es intensiver.

Dazu ein Vorschlag : Nach wie vor den Newsletter über das Internet, aber für die 10 wichtigsten Empfänger per Post als gedruckte Kopien.

Das muss bei der Gestaltung berücksichtigt werden.

Nur schreiben ist zu wenig - es geht nichts über den direkten Kontakt. Das kann auch ein Treffen zum Arbeitsessen oder zu einer Sportveranstaltung sein. Und wenn kein Treffen, dann zumindest ein Telefongespräch. Es soll Verkäufer geben, die stellen einen Spiegel neben das Telefon „Dein Kunde hört, wenn Du lächelst.“



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Noch ein Wort zu Kundengeschenken: Das Übliche sind Wein, Champagner, Geschenkkörbe, Bildbände - wie langweilig. Ein Geschenk soll persönlich sein, Bei meinen Kunden war der größte Erfolg ein ortsübliches Straßenschild mit dem Namen des Empfängers, also beispielsweise

„Karl Kaufmann Straße" - Preis pro Stück 18 Mark.

Auch ein kleines Kunstwerk für den Schreibtisch kam gut an. Dabei bitte beachten, dass das Präsent im wettbewerbsrechtlich genehmigten Rahmen bleibt und nicht als Bestechung gewertet wird.

Alle diese Anregungen sind nicht neu, aber man sollte wieder mal daran denken. In der täglichen Hektik wird vieles vergessen.