

BUSINESS-WISSEN

Detlef Krause

Die 7 wichtigsten Briefe für Ihren Geschäftserfolg

Und wie Sie diese Erfolgs-Briefe
in weniger als 5 Minuten schreiben

Werbebriefvorlagen.de

DIE 7 WICHTIGSTEN BRIEFE FÜR IHREN GESCHÄFTSERFOLG

© Detlef Krause, Uetersen, textboosting.com

Die Inhalte dieses Werkes wurden vom Autor sorgfältig geprüft. Für eventuelle Fehler kann dennoch keine Gewähr übernommen werden. Eine Haftung des Autors für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist ausgeschlossen. Es werden zudem keine Garantien für die Ergebnisse gegeben, die der Leser aus der Anwendung der Tipps und Anregungen dieses Werkes eventuell erwartet. Die Verantwortung für die Nutzung der gebotenen Inhalte, Anleitungen und Informationen liegt allein beim Leser.

Für die Webinhalte, auf die in diesem Werk per Internetlink verwiesen wird, sowie deren Verlinkung zu anderen Internetangeboten übernimmt der Autor weder die Verantwortung noch macht er sich diese Inhalte zu Eigen.

Alle in diesem Werk erwähnten Gebrauchsnamen, Handelsnamen oder Warenbezeichnungen können, soweit nicht frei erfunden, auch ohne besondere Kennzeichnung Marken sein, deren Rechte bei den jeweiligen Eigentümern liegen.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Autor schriftlich genehmigt werden.

Cover-Foto: © Helloquence / unsplash.com

DIE 7 WICHTIGSTEN BRIEFE FÜR IHREN GESCHÄFTSERFOLG

Liebe Leserin, lieber Leser,

im Geschäftsleben schreiben Sie unzählige Briefe. Bestellungen, Anfragen, Rechnungen. Briefe, denen Sie normalerweise keine allzu große Aufmerksamkeit schenken, stimmt's?

Auf einige dieser Briefe kommt es jedoch besonders an ...

Warum? Weil diese Briefe die Seele Ihres Geschäfts sind. Weil mit diesen Briefen Ihr Geschäftserfolg steht und fällt. Denn...

- diese Briefe bringen Ihnen neue Kunden.
- diese Briefe motivieren Ihre Stammkunden, Ihnen immer wieder neue Aufträge zu geben.
- diese Briefe helfen Ihnen, das wichtige Kundenvertrauen zu gewinnen. Und ...
- mit diesen Briefen halten Sie den kontinuierlichen Kontakt mit Ihren Interessenten und Kunden!

Kurz, diese Briefe zählen zu den entscheidendsten, die Sie in den nächsten Wochen verschicken werden.

Welche Briefe das sind und worauf Sie bei diesen Briefen besonders achten müssen, lesen Sie in diesem Business-Wissen-Report: *„Die 7 wichtigsten Briefe für Ihren Geschäftserfolg“*.

Viele inspirierende Tipps und Anregungen wünscht Ihnen
Ihr

Detlef Krause

werbebriefvorlagen.de

Ihr Erfolgs-Brief # 1: Der Brief, der Ihnen neue Kunden bringt

Kunden sind die Seele Ihres Geschäfts. Ja, vielleicht sogar Ihrer Existenz. Fehlen Ihnen diese Kunden, fehlt Ihnen bald die Geschäftsgrundlage. Doch selbst wenn Sie reichlich Kunden haben müssen Sie ständig dafür sorgen, neue Kunden hinzu gewinnen. Denn:

Kein Kundenstamm währt ewig

Auch die besten Unternehmen haben damit zu kämpfen, dass Kunden abwandern. Die Gründe dafür sind vielfältig:

- Kunden ziehen in eine andere Stadt.
- Kunden wachsen aus dem Zielgruppen-Alter hinaus (Irgendwann braucht auch ein Jugendlicher keine Pickelcreme mehr).
- Kunden wandern ab zur Konkurrenz.

Ich könnte diese Liste beliebig fortsetzen. Und ich bin sicher, Ihnen fallen noch zig weitere Gründe ein, warum Ihnen täglich Kunden verloren gehen. Das muss gar nicht mal an Ihrem Angebot liegen. Umstände, die außerhalb Ihrer Kontrolle liegen, führen einfach dazu.

Deshalb: Die Hände in den Schoß zu legen und sich auf Ihren jetzigen Kundenstamm auszuruhen ... wie lange wird das noch gut gehen? Ergo:

Sie müssen aktiv werden!

Genau aus diesem Grund zählt Ihr Werbebrief zur Neukundengewinnung auch zu den 7 wichtigsten Geschäftsbriefen. Weil er den Fortbestand Ihres Unternehmens sichert.

Wenn Sie gerade ein Geschäft neu gründen, gibt es sogar keinen wichtigeren Brief als diesen. Womit wollen Sie künftig Ihre Miete zahlen, wenn nicht aus den Umsätzen, die Sie mit Ihren Neukunden machen?

Doch:

Wie verkaufen Sie Ihr Unternehmen oder Ihr Angebot am besten in einem Brief?

Nur in den wenigsten Fällen wird es Ihnen gelingen, Interessenten, die Sie anschreiben, direkt zum sofortigen Bestellen zu bewegen. Warum? Weil man Sie und Ihr Unternehmen häufig noch nicht gut genug kennt. Man ist misstrauisch und fragt sich:

„Können Sie wirklich das leisten, was Sie versprechen? Wem vertraue ich da mein sauer verdientes Geld an?“

Auch deshalb ist es wichtig, dass Sie Ihren Brief an potenzielle Neukunden mit besonders viel Feingefühl schreiben.

Weil ... er geht in der Regel an „kalte“ Adressen. Menschen, die noch nie etwas von Ihnen und Ihrem Unternehmen gehört haben und die Sie erst für Ihr Angebot erwärmen müssen.

Das geht nicht mit der Brechstange!

Mit der Werbebriefsammlung von werbebriefvorlagen.de erhalten Sie beispielsweise einen speziellen **Musterbrief zur Neukundengewinnung**, der den Dialog mit Ihren potenziellen Neukunden sehr geschickt öffnet.

Er macht Ihren Interessenten ein Angebot, zu dem man leichten Herzens „JA!“ sagen kann. So werden kalte Adressen, die Sie vielleicht von einem Adressenverlag gemietet oder die Sie selbst im Internet oder in Branchenbüchern recherchiert haben, zu neuen heißen Geschäftskontakten.

In jedem Fall:

Machen Sie in Ihrem Akquisitionsbrief ein konkretes Angebot

Und schreiben Sie am Ende Ihres Briefes nicht *„... würden wir uns freuen, wenn unser Angebot Ihr Interesse findet...“* Mit solch lauwarmen Formulierungen knüpfen Sie keine heißen Geschäftskontakte!!!

Doch, kommen wir gleich zum zweiten der 7 wichtigsten Briefe für Ihren Geschäftserfolg: Der Brief, mit dem Sie Ihren Werbeerfolg wie von selbst weiter ausbauen.

Ihr Erfolgs- Brief # 2: Hurra, Ihr potenzieller Kunde hat geantwortet. Was nun?

Zunächst einmal: Herzlichen Glückwunsch! Aus der ursprünglich kalten Adresse ist nun ein heißer Geschäftskontakt geworden.

Jetzt heißt es, nur nichts falsch machen!

Nehmen wir einmal an, Ihr potenzieller Kunde will weitere Informationen über Ihr Angebot oder Ihr Produkt. Und Sie antworten ihm mit den Zeilen: *„Vielen Dank für Ihr Interesse, anbei die gewünschten Informationen“*, dann ist das geradezu geschäftsschädigend.

Sie lachen?

Wie viele angeforderte Informationen haben Sie in den letzten Wochen mit diesem lapidaren Begleitsatz erhalten? Geht man so mit einem Interessenten um? Einem potenziellen Neukunden, der Ihnen signalisiert: *„Hallo, ich habe Bedarf! Zeigt, was Ihr mir bieten könnt, und wir kommen vielleicht ins Geschäft!“*?

Sicherlich nicht

Deshalb: Vermeiden Sie den Fehler, den viele begehen: Überlassen Sie den Interessenten nicht sich selbst. In der Hoffnung, Ihre beigelegten Informationen sprechen schon für sich.

Nutzen Sie Ihren Begleitbrief, um Ihr Angebot so überzeugend wie möglich zu präsentieren!

Machen Sie in diesem zweiten, für Ihren Geschäftserfolg so wichtigen Brief dem Interessenten klar, warum Sie genau der oder die Richtige für die Lösung seines Problems sind.

Machen Sie Ihren Begleitbrief zum aktiven Verkäufer!

Zu einem Verkäufer, der Ihren Interessenten an die Hand nimmt und ihm die Vorteile Ihres Angebotes noch einmal ausführlich vorstellt.

DIE 7 WICHTIGSTEN BRIEFE FÜR IHREN GESCHÄFTSERFOLG

Eine Mustervorlage für diesen Brief gehört ebenfalls zu dem Vorlagenpaket von werbebriefvorlagen.de. Mit diesem Brief können Sie Ihr Geschäft jetzt unter Dach und Fach bringen und aus dem Interessenten Ihren neuen Kunden machen.

Ihr Erfolgs-Brief # 3: Was tun, wenn der Empfänger nicht antwortet?

Kennen Sie das Geheimnis erfolgreicher Werbebrief-Aktionen? Ich verrate es Ihnen: Nachfassen! Lassen Sie nicht locker – ohne aufdringlich zu werden! Viele geben schon nach dem ersten Versuch auf. Viel zu früh!

Die wenigsten Kunden kaufen gleich beim ersten Mal, wenn sie von einem neuen Angebot erfahren – obwohl sie wirklich ernsthaftes Interesse haben. Warum ist das so? Nun, hierfür gibt es vor allem zwei Gründe:

1. Misstrauen
2. und zum überwiegenden Teil: pure Vergesslichkeit

Seien wir ehrlich: Auch Sie erhalten hin und wieder Angebote, die Sie interessieren, auf die Sie aber trotzdem nicht sofort reagieren. Vielleicht müssen Sie noch schnell etwas anderes erledigen ... schon ist die Sache vergessen.

Gerade deshalb ist es wichtig, den Leser nicht nur in Ihrem ersten Werbebrief zur sofortigen Antwort zu bewegen, sondern auch mit einem zweiten Brief nachzufassen.

Ein Beispiel:

Nehmen wir an, Sie haben ein Computergeschäft und schicken mir einen Werbebrief, in dem Sie einen Super-PC zu einem Super-Preis anbieten. Mein Computer läuft bestens und – obwohl Ihr Angebot äußerst verlockend ist – werden Sie mich mit diesem Brief nicht als Käufer gewinnen können. Wenn Sie mir aber im Laufe der nächsten Monate einen weiteren Werbebrief schicken, könnten Sie Glück haben. Zum Beispiel, weil meine Festplatte gerade den Geist aufgegeben hat. Oder weil ich einen neuen Kunden gewonnen habe, für dessen Aufträge ich jetzt dringend mehr PC-Leistung brauche.

Durch Ihr mehrmaliges Anschreiben gewinnen Sie nicht nur das Vertrauen Ihres Briefempfängers. Sie steigern damit auch die Wahrscheinlichkeit, diesen Menschen zu einem für Sie besonders günstigen Zeitpunkt zu erwischen ... dann wenn er tatsächlich konkreten Bedarf hat. Deshalb:

DIE 7 WICHTIGSTEN BRIEFE FÜR IHREN GESCHÄFTSERFOLG

Geben Sie nach Ihrem ersten Brief nicht auf!

Wäre doch schade, wenn Ihr potenzieller Kunde sein Geld zur Konkurrenz trägt, oder? Nicht umsonst lautet eine praxiserprobte Direktwerberegeln: Lieber zwei Mal einen Werbebrief an 100 Adressen schicken als einen an 200.

Doch was sollen Sie in Ihrem Nachfassbrief schreiben? In Ihrem ersten Brief ist doch schon alles gesagt!

Die Mustervorlage für diesen so wichtigen Nachfass-Werbebrief (zu beziehen unter werbebriefvorlagen.de) zeigt Ihnen, wie Sie diese Klippe elegant umschiffen und Interesse für Ihr Angebot wecken.

Ihr Erfolgs- Brief # 4: Ihre Informationen liegen vor, aber der Auftrag lässt auf sich warten

Ist es Ihnen auch schon einmal so ergangen?: Sie haben Informationen angefordert, sie liegen auf Ihrem Schreibtisch ... und Sie? Sie schauen trotzdem nicht gleich hinein. Weil plötzlich ganz andere Dinge wichtig sind.

Aus den Augen aus dem Sinn?

Das darf mit Ihren Informationen nicht passieren! Aufbereitung und Versand haben Sie schließlich eine schöne Stange Geld gekostet. Da kommen – vorsichtig gerechnet – leicht 7,- bis 10,- Euro zusammen. Pro Sendung!

Sorgen Sie dafür, dass dieses Geld gut investiert ist:

Fassen Sie auch nach dem Versand Ihrer Informationen noch einmal nach!

Ihr großer Vorteil: Sie sind für den Empfänger jetzt kein Unbekannter mehr. Man kennt Sie, man kennt Ihr Unternehmen und weiß, was Sie bieten.

Bauen Sie diesen wertvollen Kontakt weiter aus

Wie ein solcher Brief formuliert werden kann, zeigt der Musterbrief aus dem Vorlagenpaket von werbebriefvorlagen.de. Gehen Sie beispielsweise darauf ein, was dem Interessent in der Zwischenzeit alles entgangen ist, ... weil er gezögert und auf Ihre Informationen nicht schnell genug geantwortet hat.

- Hat er jetzt Geld verloren?
- Könnte er mit seinem Projekt schon viel weiter sein?
- Könnte er schon längst in seinem Traumwagen sitzen etc.?

Vielleicht hat Ihr Interessent aber auch noch eine Frage? Oder es gibt einen anderen Kaufhinderungsgrund?

DIE 7 WICHTIGSTEN BRIEFE FÜR IHREN GESCHÄFTSERFOLG

Sie werden es nie erfahren, wenn Sie nicht nachfassen!

Nur durch Ihr gezieltes Nachhaken können Sie die eventuell noch bestehenden Kaufhindernisse aus dem Weg räumen. Der ideale Zeitpunkt für solch einen Nachfassbrief?

Zwei Wochen nach dem Versand Ihres ursprünglichen Infomaterials. Sie werden von Ihrem Erfolg überrascht sein!

Ihr Erfolgs- Brief # 5: Ihr Dankeschön nach dem ersten Auftrag

Super, Sie haben den neuen Kunden gewonnen! Gerade jetzt, wo die Verbindung noch frisch und Ihr Kunde besonders kritisch ist, sollten Sie ihn geschickt hofieren.

Mit einem Dankeschön-Brief. Eine kleine Geste, die Ihnen Sympathien einbringt. A.L. Williams, ein amerikanischer Versicherungsmagnat, sagte einmal: *„Sie schlagen 90 Prozent Ihrer Wettbewerber, indem Sie einfach nur gut sind.“*

Mit Ihrem Dankebrief können Sie das unter Beweis stellen. Viele machen nämlich den Fehler, neu gewonnene Kunden zu nachlässig zu behandeln.

Sagen Sie Ihrem Kunden, wie sehr Sie seinen Erstauftrag schätzen

Glauben Sie mir, Neukunden werden Ihre Aufmerksamkeit zu würdigen wissen. Besonders clever ist es, wenn Sie mit Ihrem Dankeschön-Brief gleich noch einen Folgeauftrag an Land ziehen!

Unmöglich? Die Mustervorlage für solch einen Dankeschön-Brief (erhältlich unter werbebriefvorlagen.de) zeigt Ihnen beispielsweise, wie Sie das ohne viel Aufwand bewerkstelligen können.

**Warum ist dieser Dankeschön- Brief für
Ihren Geschäftserfolg so wichtig?**

Sie festigen damit eine aufkeimende, langfristige Kundenbeziehung! Sie wissen ja, einen bestehenden Kunden zu halten, ist fünf Mal günstiger, als einen neuen hinzu zu gewinnen. Da ist Ihr Porto gut investiert.

Ihr Erfolgs- Brief # 6: Wecken Sie Ihre „schlafenden“ Kunden

Vielleicht spüren Sie es ja auch in Ihrem Geschäft: Es ist deutlich schwerer geworden, neue Aufträge zu bekommen. Nun sind viele der Auffassung, dass, wenn die Wirtschaft auf Talfahrt geht, auch Kunden zwangsläufig Projekte zurückstellen, Kosten drastisch reduzieren oder – schlimmer noch – ihre Qualitätsansprüche senken und zu billigeren Anbietern wechseln.

All dies stimmt jedoch nur bis zu einem gewissen Grad

Ein wirtschaftlicher Abschwung kann tatsächlich ein Problem für Ihr Geschäft sein. Oder die Chance, neue Kunden zu gewinnen und Ihren Umsatz zu steigern.

Eine der einfachsten und erfolgversprechendsten Methoden dazu ist, Ihre „schlafenden“ Kunden zu reaktivieren. Ideale Kandidaten hierfür sind Kunden, die bereits einmal mit Ihnen ein Geschäft abgewickelt haben, dies aber seit geraumer Zeit nicht mehr tun.

Schreiben Sie diese Kunden an ... statt sie endgültig abzuschreiben!

Mit einem clever formulierten Werbebrief (bei der Musterbriefsammlung von werbebriefvorlagen.de inklusive) können Sie neue schlummernde Umsätze wecken.

Wer weiß, vielleicht hat Ihr Kunde nur darauf gewartet, wieder einmal etwas von Ihnen zu hören?! Leichter können Sie kaum an neue Aufträge kommen.

Möglicherweise weiß Ihr inaktiver Kunde auch gar nicht mehr, was Sie alles bieten bzw. wie stark sich Ihr Angebot seit dem letzten Kontakt verbessert hat. Mit Ihrem „Wachmacher-Brief“ lassen Sie diesen Kontakt wieder aufleben.

Weiterer Vorteil:

Sie wissen, was der Kunde damals bei Ihnen gekauft hat und können mit Ihrem Brief daher gleich ein gezieltes Angebot machen. Damit zeigen Sie Ihrem Kunden einmal mehr, dass Sie seine Wünsche und Bedürfnisse nicht nur verstehen, ... sondern sie auch perfekt erfüllen können.

Ihr Erfolgs-Brief # 7: Werben Sie mit Empfehlungen Ihrer Kunden

Wer mehr Empfehlungen hat, macht mehr Geschäft! Warum? Weil jeder Kunde Angst davor hat, eine falsche Kaufentscheidung zu treffen. Vor allem, wenn er noch nie etwas von Ihnen oder Ihrem Unternehmen gehört hat.

Referenzen und persönliche Empfehlungen Ihrer bestehenden Kunden sind deshalb wahre Turbos für Ihren Verkaufserfolg.

„Herr Krause, Ihr Werbebriefvorlagen-Service begeistert mich immer wieder. Wofür ich sonst Tage brauche, bringen Sie schnell auf den Punkt. Ihre Texte kann ich sofort einsetzen. Einfach rüberkopieren auf mein Geschäftspapier – fertig.“

Mit solchen Kundenempfehlungen geben Sie potenziellen Neukunden die Sicherheit, mit Ihrem Unternehmen, Ihrem Produkt oder Ihrem Service die richtige Entscheidung zu treffen.

Kunden glauben lieber Kunden als Ihnen

Je mehr gute Empfehlungen Sie haben, desto wahrscheinlicher ist, dass auch mehr Neukunden gerne Geschäfte mit Ihnen machen. Denn persönliche Kundenempfehlungen sprechen Käufer auf eine sehr ehrliche und daher besonders glaubwürdige Weise an.

Kunden wollen wissen: Hat Ihr Unternehmen eine gute Reputation? Bieten Sie tatsächlich die Leistung, die Sie versprechen? Kundenempfehlungen liefern - neutral und objektiv - Blitzantworten auf kritische Fragen und helfen Ihnen, bei potenziellen Neukunden sofortiges Vertrauen aufzubauen.

Möchten Sie einen todsicheren Weg wissen, wie Sie Kundenempfehlungen bekommen?

Hier ist er: Fragen Sie ganz direkt danach!

Viele Kunden freuen sich geradezu, wenn sie nach ihrer Meinung befragt werden.

Und Sie?

DIE 7 WICHTIGSTEN BRIEFE FÜR IHREN GESCHÄFTSERFOLG

Sie werden sich freuen, wenn Sie hören, was man alles Gutes über Sie sagen wird!

Deshalb: Wenn Sie einen Auftrag erfolgreich beendet haben, fragen Sie Ihren Kunden, was ihm am meisten an Ihrem Service oder Ihrem Produkt gefallen hat. Und nutzen Sie seinen Kommentar als Empfehlung an neue Kunden.

Empfehlungen von zufriedenen Kunden gehören zu Ihren effektivsten – und preisgünstigsten (!) – Möglichkeiten, Interessenten den entscheidenden Kaufanstoß zu geben.

Denn: Wenn andere mit Ihrem Angebot höchst zufrieden sind, wird man es selbst sicher auch sein. Als Kunde hat man da einfach ein besseres Gefühl.

Fragen Sie Ihre Kunden, ob Sie etwas Lobendes über Ihren Service, Ihr Produkt oder Angebot sagen wollen. Und ob Sie diese Aussage für Ihre Werbung nutzen dürfen.

Zu peinlich? Zu schwierig?

Nicht mit dem Musterbrief, der ebenfalls zu der Werbebriefsammlung von werbebriefvorlagen.de gehört. In dem dort zu erwerbenden Briefvorlagenpaket ist auch gleich ein Vordruck dabei, den Ihr Kunde – mit seinem Kommentar versehen – an Sie zurückschicken kann.

So setzen Sie Ihre Kundenempfehlungen besonders effektiv ein:

- Bündeln Sie Ihre Kundenkommentare auf einer speziellen Referenzen-Seite Ihres Webauftritts.
- Verwenden Sie ausgewählte Kundenkommentare in Ihren Werbebriefen.
- Veröffentlichen Sie Kundenempfehlungen in Ihrem Newsletter, in Ihrer Firmendarstellung, in Ihren Flyern und Broschüren.

Wichtig: Holen Sie sich zuvor unbedingt die (am besten schriftliche) Zustimmung, dass Sie das Kundenfeedback für Werbezwecke veröffentlichen dürfen.

Das sind Sie also, die 7 wichtigsten Briefe für Ihren Geschäftserfolg:

1. Ihr Werbebrief zur Neukundengewinnung/ Kalt-Akquisition

Machen Sie mit diesem Werbebrief aus kalten Adressen heiße Kundenkontakte für Ihr Geschäft. Mit diesem Brief lenken Sie die Aufmerksamkeit gezielt auf Ihr Angebot. Und motivieren Sie Ihren Leser, sofort zu reagieren. Beispielsweise um mit Ihnen einen Beratungstermin zu vereinbaren, um weiter führende Informationen anzufordern oder oder oder ...

2. Ihr Begleitbrief, wenn Sie angeforderten Informationen versenden

Die Kunst beim Kundengewinnen, ist die Kunst, einen überzeugenden Eindruck zu hinterlassen. Wer im ersten Werbebrief brilliert, darf beim Folgebrieft nicht patzen. Deshalb bekommen Sie bei werbebriefvorlagen.de auch gleich den Mustertext für Ihren Informations-Begleitbrief.

3. Ihr Nachfass-Brief, wenn Ihr Empfänger auf 1. Brief nicht reagiert

Wer nach dem ersten Werbebrief aufgibt, verschenkt bares Geld. Nicht umsonst lautet eine erfolgserprobte Direktwerberegeln: Lieber zwei Mal einen Brief an 100 Adressen schicken als einen an 200. Häufig fehlt beim Leser nur noch der zweite Anstoß, um Ja! zu Ihrem Angebot zu sagen.

4. Der Nachfass-Brief, wenn Sie Informationen verschickt haben

Inzwischen kennt Ihr Interessent Ihr Angebot. Er hat reagiert und Ihre weiterführenden Informationen erhalten. Meldet er sich trotzdem nicht, ist es Zeit für aktives Nachfassen. Schließlich haben Sie inzwischen ja schon viel Zeit und Geld in diesen potenziellen Kunden investiert. Und wer weiß ... vielleicht wartet er ja nur auf Ihre Initiative?!

5. Ihr „Dankeschön“-Brief an Ihren Kunden nach dem Erstauftrag

Sagen Sie Ihrem Neukunden, wie sehr Sie seinen Erstauftrag schätzen. Gerade jetzt, wo die Verbindung noch frisch ist, wird Ihr Kunde diese Aufmerksamkeit besonders zu schätzen.

6. Ihr Reaktivierungs-Brief für „schlafende“ Kunden

Hat sich ein Kunde schon länger nicht mehr bei Ihnen gemeldet? Schreiben Sie ihn an, statt ihn abzuschreiben ... mit Ihrem Reaktivierungsbrief! Am besten verbunden mit einem speziellen Angebot. Wer weiß, vielleicht hat Ihr Kunde nur darauf gewartet, wieder einmal etwas von Ihnen zu hören?

7. Ihr Brief, mit dem Sie Kundenempfehlungen bekommen

Empfehlungen von zufriedenen Kunden gehören zu Ihren effektivsten und preisgünstigsten (!) Möglichkeiten, Interessenten den letzten, entscheidenden Kaufanstoß zu geben. Meist müssen Sie jedoch selbst aktiv nach solchen Empfehlungen fragen. Machen Sie es mit Ihrem Empfehlungsbrief besonders leicht, Ihnen ein positives Feedback zu geben.

Viel Erfolg mit Ihren 7 wichtigsten Briefen für Ihren Geschäftserfolg wünscht Ihnen
Ihr

Detlef Krause

PS: Wenn Sie diese Briefe nicht alle selber texten wollen: Ich habe alle diese Geschäftsbriefe für Sie schon professionell vorformuliert. Hier erfahren Sie mehr darüber: werbebriefvorlagen.de

Über den Autor

Direktmarketing-Texter Detlef Krause ist gelernter Industriekaufmann und Diplom-Wirtschaftsingenieur (FH). Er kennt daher Unternehmen und Kunden nicht nur vom Texterschreibtisch aus.

Sein Texter-Handwerk hat er in großen Frankfurter und Hamburger Werbeagenturen gelernt. Dort betreute Detlef Krause als Werbetexter, Konzeptioner und Creative Supervisor namhafte Marken – von Autos über Technik und Kosmetik bis zu Food, Pharma und Finanzdienstleistungen.

Seit 1991 arbeitet Detlef Krause als freier Werbetexter mit dem Schwerpunkt Direkt- und Webmarketing. Sein fundiertes Texter-Know-how in Verbindung mit seinen tiefen Einblicken in die unterschiedlichsten Branchen und Zielgruppen haben den Werbeprofi zu einem gefragten Direktwerbetexter gemacht.

Für den BusinessVillage-Verlag schrieb Detlef Krause als Fachbuchautor den Praxisleitfaden *„Perfekt texten. Werbebriefe, die ankommen“*. Außerdem veröffentlichte er den PraxisGuide *„Webtexten für Nicht-Texter“*, Texten fürs Web: Ihre Profi-Abkürzung für Internettexpte, die wirken. Zu beziehen über den Buchhandel oder direkt über [Amazon](#).

Kontakt

Detlef Krause

Stavenowstr. 16

D-25436 Uetersen

Telefon: +49 (0)4122 1054

Fax: +49 (0)4122 489870

E-Mail: dk@werbebriefe.com

Website: werbebriefvorlagen.de