

Für Gesagtes gibt es keine Delete-Taste!

Wie sich die Telefonkultur in unserer schnelllebigen Zeit verändert hat, welche Rolle das E-Mail übernommen hat, welche Trends vorherrschen und wie heutzutage ein professionelles Telefontraining aussieht, diesen Fragen widmet sich [Christine Wirl](#).

»Dr. M ist in einer Sitzung«, »nein Dr. M ist im Moment nicht erreichbar«, »Dr. M ist im Ausland«, wem sind diese Antworten am Telefon nicht schon passiert? Meist kommt dann der gute Tipp der Telefonistin »schreiben Sie ihm doch ein E-Mail«. Als ob ich auf diese Idee nicht auch schon gekommen wäre. Ich will ihn aber persönlich sprechen, da er ein Kunde von mir ist und ich eine schnelle Entscheidung über eine Lieferung brauche. Also schreibe ich ein E-Mail und warte. Hoffentlich antwortet er. Aber leider, nichts kommt.

Es ist einer der größten Unarten, E-Mails unbeantwortet zu lassen. Beim Telefon kann man sich zwar durch die Sekretärin verleugnen lassen, sobald man den Gesprächspartner an der Strippe hat, muss er aber reagieren. Das kann er sich beim E-Mail ersparen, er bevorzugt die Lösung des Nicht-Antwortens. Sicher hätte es schon Freiherr von Knigge als grobe Unhöflichkeit verurteilt, E-Mails unbeantwortet zu lassen.

Wo liegen nun die wesentlichen Unterschiede zwischen Kommunikation am Telefon und E-Mail? Markus Krämer, (Trainer und systemischer Coach) formuliert es so: »Hinter der scheinbaren Anonymität eines E-Mails lauert Gefahr: Da ich keine unmittelbare Resonanz, kein unmittelbares Feedback wie in einem persönlichen Gespräch erhalte, schreibe ich schnell einmal etwas gewagter als ich es in einem Gespräch ausdrücken würde. E-Mail ist gut für kurze Infoweitergabe nach einem Gespräch. Für Themen, die wenig emotional besetzt sind, die kaum Missverständnisse zulassen. Einem möglichen Kunden ein Angebot zu schicken, um dann Tage später per E-Mail nachzufragen, ob denn ohnehin alles passt, ist glattes Harakiri mit Anlauf. Dinge, bei denen es wirklich um etwas geht, gehören in ein persönliches Gespräch. Und wenn's nicht anders geht – am Telefon.«

Eva Maria Zimmerl (VBC-Partnerin, Trainerin & Autorin des Buches »Erfolgsgeheimnis Telefonverkauf«) erkennt die Tendenz, dass die Kommunikation am Telefon in den letzten Jahren vor allem aus verkäuferischer Sicht immer mehr an Bedeutung gewinnt. »Schlagworte wie Neukundenakquisition und Zusatzverkauf sind Lieblingsbegriffe von Geschäfts- und Verkaufsleitung. Für den Außendienstmitarbeiter bedeutet das, vermehrt den Telefonhörer zur Hand zu nehmen. Dabei reicht es bei neuen Kunden nicht mehr aus: »Ich bin Ihr neuer Gebietsbetreuer« als Einstiegssatz zu verwenden. Es gilt immer mehr, sich in wenigen Sekunden von der Masse abzuheben und das Interesse des potenziellen Neukunden zu wecken. Vom Innendienstmitarbeiter, der früher einfach Kundenanfragen beantwortet hat, wird heute aktiver Telefonverkauf erwartet. Die Chance des hereinkommenden Anrufes soll genutzt werden, um ein Zusatzgeschäft zu generieren.«

»Für Unternehmen wiederum bietet die E-Mail-Kommunikation Vorteile, weil mehr Zeit ist und Antworten in einer gleich bleibenden Qualität standardisiert werden können«, unterstreicht Dipl.Vw. Heike Reising (geschäftsführende Gesellschafterin I.Q.-M.) die Vorteile der E-Mail-Kommunikation.

Das Positive an E-Mails ist sicher, dass sie zu jeder Zeit sowohl geschrieben als auch gelesen werden können, d.h. man braucht nicht mehr auf die gegenseitige Erreichbarkeit Rücksicht zu nehmen. Weiters kann der Schreiber seine Worte bzw. Formulierungen in aller Ruhe und strategisch wählen, was im Telefonat nicht so leicht möglich ist und oft aufgrund von starken Emotionen zu ungewollten Konflikten führen kann.

»Denn wenn bei jemand mitunter der Ärger überschwappt, schaltet das Hirn aus



Heike Reising



Markus Krämer



Regina Sitnik



Eva Maria Zimmerl

und man tätigt unbedachte Äußerungen, was einen mehr oder weniger großen Konflikt nach sich ziehen könnte. Oder gar eine größere Verärgerung des Gesprächspartners. Denn für Gesagtes gibt es keine Delete-Taste! Der E-Mail-Leser ist nicht gefordert, augenblicklich zu reagieren und kann so besonnener an einer passenden Antwort feilen«, meint Regina Sitnik (Trainerin, Coach, Training Pro Success).

Nachteilig zeigt sich allerdings, dass mittlerweile viele E-Mails aufgrund der übermäßigen Mailflut gar nicht mehr (oder nur die ersten Zeilen) gelesen werden, was dazu führt, dass häufig Informationen verloren gehen. Aha – die Delete-Taste ist schon wieder aktiv.

Regina Sitnik: »Leider greift die Unart um sich, jedermann auf die diversen Verteiler zu setzen. Das bringt oft Ärger bzw. Überforderung! Somit ist es keinesfalls gewährleistet, dass eine wichtige Information tatsächlich im Kopf des gewünschten Empfängers landet«, erklärt die erfahrene Telefontrainerin den Umstand, warum oftmals nicht geantwortet wird.

Die Vorteile eines Telefonates sind, dass Missverständnisse aufgrund von Missinterpretationen seltener sind, da man zusätzlich zur Wortwahl ja auch sehr stark auf die Stimme fokussiert ist. Nicht umsonst helfen wir uns heutzutage bei E-Mails oder SMS mit Zeichen wie ;-), :) *ggg*, lol etc., um damit auszudrücken, wie ein Text gemeint ist.

Regina Sitnik: »Darüber hinaus spart man eine Menge Zeit, wenn man Rückfragen sofort stellen kann, um sich Klarheit zu verschaffen. Meiner Meinung nach ist, besonders in wichtigen oder heiklen Angelegenheiten, das Telefonat als persönlicheres

Medium vorzuziehen – vorausgesetzt man ist kein Häferl und hat sich angewöhnt, erst zu denken, dann zu sprechen!«

Was mache ich aber, wenn ich erst dann weiß, was ich denke, wenn ich höre, was ich sage? Ach so, das ist eine andere Geschichte. Na dann, weiter im Text.

Markus Krämer ortet bei manchen Unternehmen einen untergeordneten Stellenwert des Telefonkontaktes: »Bedauerlicherweise wird dieser wichtige Kommunikationskanal oftmals sehr stiefmütterlich behandelt. Hören Sie sich beispielsweise die Qualität der selbstbesprochenen Anrufbeantworter an. Da spricht ein Azubi, weil es jedem anderen zu peinlich ist, seine eigene Stimme zu hören. So wie nicht jeder berufen ist, bei Aida zu singen, ist auch nicht jede Stimme die Idealbesetzung zum Besprechen des

Anrufbeantworters. Deshalb empfehle ich hier professionelle Hilfe. Kostet wenig – bringt viel!

Vielleicht ist auch die Meinung – Telefonieren kann doch jeder – Grund für diese Unterbewertung. Tatsache ist, dass hier viel Geld vernichtet wird, weil oft die grundsätzlichsten Dos & Don'ts missachtet werden.«

Eine klare Rangordnung stellt Eva Maria Zimmerl auf: »Ich befürworte eine sinnvolle Verknüpfung von Telefonat und E-Mail. Das Telefon um Beziehung aufzubauen, Vertrauen zu stärken und um eventuelle Missverständnisse aufzuklären. Das E-Mail um das telefonisch Vereinbarte – Zahlen, Daten, Fakten – schriftlich festzuhalten. In den meisten Fällen kommt E-Mail also idealerweise nach dem Telefonat zum Einsatz.«



Institut für qualitative
Marktbearbeitung GmbH

■ **callcenter & sales**

■ **projekt management**

■ **specials & ideas**

■ **skills & business**



I.Q.-M. Institut für qualitative Marktbearbeitung GmbH

Diesterweggasse 8/3, A-1140 Wien

Tel. +43 (0)1 600 1000, office@iq-m.at

Kontakt: Dipl.Vw. Heike Reising, GF

Seit 20 Jahren erfolgreich im Telefontraining!

www.iq-m.at



Weiterentwicklung
braucht Weiterbildung

regina.sitnik@trainingprosuccess.com
www.trainingprosuccess.com

Kommunikations-Veränderungen

Mit Sicherheit hat das E-Mail einen so großen Stellenwert in unserem Leben eingenommen, dass wir uns ohne diese schriftliche Kommunikation eine Existenz (fast) nicht mehr vorstellen können. Und trotzdem: Das bekannte Sprichwort lautet ja nicht »Durch's SCHREIBEN, sondern durch's REDEN kommen die Leut' z'samm!«

Markus Krämer sieht einen Trend in der Kommunikation, nämlich dass »sich der Druck, dem Mitarbeiter oft ausgesetzt sind, auch am Telefon bemerkbar macht. Die relative Anonymität am Telefon im Vergleich zum persönlichen Gespräch mit einem sichtbaren Gegenüber verleitet so manchen dazu, natürliche Hemmschwellen zu überschreiten. Auch geht das gesunde Menschenbild langsam verloren. Das Ego steht im Mittelpunkt und alles, was mir nicht passt, kommuniziere ich. Dass man damit Kunden verärgert, liegt auf der Hand. Und was das letztendlich bedeutet, sollte auch jedem klar sein. Was im persönlichen Gespräch gilt, gilt genau so am Telefon: ›M-m-M-m‹ – Man muss Menschen mögen.« Und wer das nicht verstanden hat, wird am Telefon längst nicht das erreichen, was möglich wäre.«

Heike Reising zäumt das Pferd von der anderen Seite auf, wenn sie von der Veränderung des Hörers spricht: »Ich glaube, die gravierendste Veränderung ist auf der anderen Seite des Hörers zu verzeichnen. Der Kunde/Interessent wird immer aufgeklär-

ter, informierter, selbstständiger, fordernder. Es wachsen neue Generationen der User heran, mit anderen Werten, anderen Prioritäten, anderen Verständnistumern. Die Systeme und die Kompetenzen der Mitarbeiter am Telefon kommen an ihre Grenzen, die Komplexität der Vernetzungen von Informationen und Prozessen kann dem Kunden nicht mehr transparent und einfach erklärt werden. Das verunsichert den Kunden eher, als dass es ihm hilft. Dadurch werden die Mitarbeiter am Telefon stärker gefordert und nicht unbedingt im gleichen Ausmaß gefördert. Zum Teil hat die unbefriedigende Auskunft, die der Kunde über Telefon erfahren hat auch dazu geführt, dass sich der Kunde verstärkt schriftlich an die Unternehmen wendet. Zum Teil forcieren die Unternehmen das auch, um Anfragen zu kanalisieren und Zeit für eine kompetente Antwort zu gewinnen.«

Regina Sitnik: »Die Trends sind eindeutig in der Facebook-Gesellschaft, den Chats den Bloggs und Internetforen zu erkennen, diese bilden sich auch immer mehr im Arbeitsleben ab.«

Um nochmals das Sprichwort zu zitieren: »Durchs Reden kommen die Leute z'samm.« So will natürlich auch das Reden gelernt sein. Speziell am Telefon, da der Gesprächspartner ausschließlich die Stimme wahrnimmt, niemals den ganzen Menschen mit seinem Gesichtsausdruck und seinem Mienenspiel. Gerade in der Wortwahl am Telefon kann ein Unbedarfter vie-

le Fehler machen, die ein weiteres Zusammenarbeiten erschweren oder sogar unmöglich machen können.

Wenn ich am Telefon gefragt werde »Wie war doch gleich der Name?« bin ich etwas befremdet, denn ich lebe noch und hätte viel lieber gehört: »Wie ist Ihr Name?« Ein »da muss ich nachschauen« kommt weniger gut als ein »ich sehe gerne für Sie nach«.

Die Begrüßung

Manche monströsen Begrüßungsfloskeln klingen so: »Einen wunderschönen ... Sie sprechen mit Unternehmen XY ... mein Name ist ... was kann ich für Sie tun?« Regina Sitnik sieht eine Lösung so: »Freundlich unterbrechen, das ist ein Zeichen, dass die Begrüßung zu lange ist und führt vielleicht zur Besserung.« (Hoffentlich lesen das die Verantwortlichen einiger Hotelketten!)

Heike Reising sieht hier das Problem darin, dass »die Telefonistinnen internationale Vorgaben der Konzernmütter haben.«

Auch Markus Krämer meint, ein derartiger Begrüßungsmarathon sei eine harte Geduldssprobe, aber: »Ich bleibe höflich und lasse diesen Kelch an mir vorüber gehen. Grundsätzlich sollte möglichst kurz, höflich, freundlich und mit einem netten Lächeln im Gesicht der Anruf entgegengenommen werden. Firmenname, Vorname, Nachname. Aus. Jetzt gebe ich meinem Gesprächspartner die Möglichkeit, sich selber vorzustellen. Erst dann begrüße ich mit ›Grüß Gott Frau ...‹ oder ›guten Tag Herr ...‹ Die Was-kann-ich-für-Sie-tun-Floskel nervt ungemein.«

»Wer seinen Vornamen zur Begrüßung noch dazu nimmt, macht den Begrüßungstext nicht nur persönlicher, sondern der Nachname wird auch besser verstanden. Wenn ein Begrüßungstext im standardisierten gespielt freundlichen Sing-Sang heruntergespult wird, dann ist auch ein kurzer Text unangenehm. Wenn allerdings echte Freundlichkeit und ein echtes ›Willkommen lieber Kunde!‹ dahinter stecken, dann ist das hörbar und für den Gesprächspartner egal, ob der Einstieg ein paar Sekunden länger oder kürzer dauert«, erklärt Eva Maria Zimmerl.

Am Puls der Beschwerde

Die Mitarbeiter der Reklamations- und Beschwerdeabteilung sind sicher die Ärmsten

Info

ANKH.AT Coaching & Trainings
I.Q.-M. Institut für Qualitative Marktbearbeitung
markuskraemer.at | Strategie | Training | Coaching
perfact training
Training Pro Success
VBC VerkaufsberaterInnencolleg

www.ankh.at
www.iq-m.at
www.markuskraemer.at
www.perfacttraining.com
www.Trainingprosuccess.com
www.vbc.at

am Telefon. Hier wird in der Regel nur mit dem Telefon gearbeitet, dabei spielt sich auch der Hauptstress ab.

Grundsätzlich soll man bei einer Beschwerde den Gesprächspartner immer ausreden lassen. Er muss Dampf ablassen. Und niemals sollte man gleich die Schuld an den Anrufer abschieben, was leider sehr oft gemacht wird. Und kein gutes Gefühl beim Beschwerdeführer aufkommen lässt.

Markus Krämers Tipp: »Man soll das Bedauern darüber ausdrücken, dass etwas nicht so gelaufen ist, wie der Anrufer sich das vorgestellt hat. Das ist ja noch kein Schuldeingeständnis. Geht ja nicht. Ich muss mich erst schlau machen was hier wie gelaufen ist. Aber ein ›Es tut mir leid, dass da etwas nicht so gelaufen ist, wie Sie es sich gewünscht hätten‹ kostet nichts und bringt Berge. Und sollte es deftig werden, stehen Sie beim Gespräch ruhig einmal auf. Das verschafft Luft im Körper und hilft, Fassung zu bewahren.«

Wichtig ist es, gerade in der Beschwerdezentrale und auch ganz allgemein im Unternehmen, eine serviceorientierte Haltung beim Mitarbeiter zu erreichen und nachhaltig zu festigen. Diese Haltung aufrecht zu halten, bedeutet in Beschwerde- und Reklamationssituationen oft mehr Aufwand an Energie, als die Lösung des eigentlichen Problems.

Heike Reising: »Langjährige Mitarbeiter haben da schon Schutzmechanismen entwickelt, die dann in der Routine greifen. Wichtig ist es, die emotionalen Situationen zu erkennen, dort gezielte Unterstützung zu leisten, oft eher in mentaler und psychischer Sicht. Wichtig ist die Psychohygiene nach einem erregten oder stark emotions-



markuskraemer.at
strategie | training | coaching

Der gute Ton am Telefon



geladenem Gespräch, damit der Mitarbeiter serviceorientiert bleibt.« Und wenn es ganz schlimm wird, dann befolgen Sie doch den Tipp von Regina Sitnik: »Bemühen Sie sich um die eigene, positive Einstellung zu Reklamationen und Beschwerden. Kunden, die sich beschweren, sind immerhin noch Kunden. Grenzen Sie sich ganz bewusst ab, stehen Sie nach dem Gespräch auf, tief durchatmen und an etwas Schönes denken.«

Eva Maria Zimmerl: »Wenn es um die eigene Psychohygiene geht, so empfehle ich als erste Sofortmaßnahme nach einem sehr anstrengenden und emotionalisierenden Telefonat, den Raum zu verlassen und sich nach Möglichkeit zu bewegen (Stiegen auf und ab zu gehen ist ein geeignetes Mittel). Zum einen verändert man die Perspektive durch den Raumwechsel und zum anderen baut man aufgestaute Aggressionen durch Bewegung ab. Wenn Sie das Gefühl haben, dass Sie den ganzen Tag die Stiegen rauf und runter laufen müssen, dann empfehle ich, ein paar Gedanken der Grundeinstellung zu widmen.«

Die Verabschiedung

Jetzt ist das Gespräch gelaufen, wie auch immer. Man merkt, die Luft ist draußen,

wir reden immer wieder dasselbe. Wie kann ich taktvoll, aber bestimmt, das Gespräch beenden? Markus Krämer: »Fassen Sie kurz die wichtigsten Punkte zusammen, danken Sie Ihrem Gesprächspartner (unter Nennung seines Namens) für das Gespräch. Oft braucht es nicht mehr.«

Heike Reising ergänzt: »Formulieren Sie eine freundliche Vereinbarung und stellen Sie die Rausschmeißerfragen: Können wir so verbleiben? Sind Sie damit einverstanden? und: Danke für Ihr Verständnis, ich denke wir haben alles besprochen. Ich wünsche Ihnen noch einen schönen Tag!«

Wie eine Verabschiedung klingen kann, erklärt Eva Maria Zimmerl: »Sagen Sie noch etwas persönliches Nettes. Achten Sie dabei ganz besonders auf den Tonfall. Wenn Sie z. B. ›Danke für Ihre Offenheit und die interessanten Informationen‹ sagen, dann sollte das keine Floskel sein.«

Telefontrainings heute

Ich glaube, jeder von uns hat in seinen beruflichen Anfängen ein Telefontraining besucht. Und wenige Trainings haben sich so gewandelt wie dieses. Wurde man früher lang und breit an Hand der verschiedens-



www.perfacttraining.com

Telefon-Training Direkt

das einzigartige Verhaltenstraining direkt am Telefon

- via Telefon direkt am eigenen Arbeitsplatz
- 40 Minuten je Einheit, zum Wunschtermin
- individuelle Lernziele, z. B. Reklamation, Terminvereinbarung
- wirtschaftlich, wirksam, erfolgreich
- steigert Kundenzufriedenheit & Verkaufsergebnisse

+43 1 799 6514-0

perfect training
messbar. erfolgreich.

ten Methoden geschult, erstellte jede Menge Gesprächsleitfäden, geht es heute kurz und bündig zu. Motto: Schnellster Nutzen in möglichst noch kürzerer Zeit.

Heike Reising: »Wir gestalten immer mehr Modultrainings, wo wir in einem Halb- oder Eintagestraining ein Thema bearbeiten und dann in einer On-the-Job-Einheit die konkrete Umsetzung trainieren. Wir stellen unsere Trainings- und Lernmethoden auf die neue Generation ab, die mit anderen Lernmethoden (tun statt reden) besser umgehen kann. Was früher noch mit Gesprächsleitfäden und klaren Formulierungsvorschlägen funktioniert hat, ist heute völlig out. Eigenverantwortung und Verständnis, selbstbestimmtes Verhalten sind für die Mitarbeiter gefragt. Also versuchen wir unsere Trainingskonzepte darauf anzupassen. Das heißt aber auch mehr Begleitung am Arbeitsplatz, weil die selbst gewählte Verantwortung auch etabliert und begleitet werden sollte.«

Markus Krämer: »Idealerweise finden diese Trainings im Unternehmen selbst statt. Dort haben wir die Möglichkeit, direkt mit Kunden zu telefonieren und das gemeinsam Besprochene umzusetzen. Im ersten Teil reden wir über Menschen und deren Verhaltensmuster. Über sich selber und warum jeder so reagiert, wie er es eben tut. Dann kommen natürlich auch unsere Herausforderungen am Telefon dran. Gemeinsam erarbeiten wir mögliche Lösungen. Dabei achte ich stark darauf, dass jeder authentisch bleibt und nicht beginnt, mit netten Floskeln um sich zu werfen.«

Regina Sitnik: »Wir gehen individuell auf die Teilnehmer und deren Aufgaben am Telefon ein, es ist eine Mischung aus psychologischen Modellen – stets versetzt mit einer Menge Praxisbeispielen. Die Seminare sind sehr übungsintensiv, und es sind jede Menge Humor und Spaß dabei zu finden.«

Eva Maria Zimmerl: »Wir von VBC setzen auf Blended Learning und verstehen darunter einen Mix aus Präsenztraining, Training on the Job und individuellen Selbstlernereinheiten. Begleitet wird die Selbstlernphase durch Bücher, Hör-CDs und E-Learnings. Damit sprechen wir nicht nur alle Lerntypen an, sondern sichern auch die von unseren Kunden geforderte Nachhaltigkeit der Trainingsmaßnahmen sowie die Umsetzung in die jeweilige Praxis.« □

9 Tipps fürs Telefonieren

Telefoniert man gerne mit Ihnen?
Fühlt sich Ihr Gesprächspartner wohl mit Ihnen?

- Gespräche werden oft zu sachlich behandelt. Beachten Sie unbedingt immer auch die emotionale Botschaft, die mitgesendet wird.
- Konzentrieren Sie sich auf Ihren Gesprächspartner. Vermeiden Sie, nebenbei E-Mails abzuarbeiten oder sonstige Tätigkeiten.
- Stellen Sie Zwischenfragen. Das signalisiert, dass Sie interessiert zuhören.
- Sprechen Sie Ihre Gesprächspartner mit deren Namen an. So drücken Sie Ihre Wertschätzung aus und halten auch deren Aufmerksamkeit wach (ca. 3 Mal).
- Hören Sie aktiv zu. Sagen Sie einfach zwischendurch »ja«, »mhm«, »verstehe«. Bestätigen Sie das Gehörte, indem Sie es hin und wieder zusammenfassen.
- Sprechen Sie die Sprache Ihres Gesprächspartners. Verwenden Sie die Worte Ihres Gesprächspartners, sprechen Sie in dessen Tempo, »reden's gern a im Dialekt«.
- Trinken Sie viel Wasser oder Kräutertee. 2 bis 2,5 Liter sollten es sein. Trinken Sie nicht zu viel Kaffee oder schwarzen Tee (2 Tassen schaden aber sicher nicht).
- Sprechen Sie nicht zu laut. Über das Telefon befinden Sie sich mit Ihrer Stimme direkt am Trommelfell.
- Sitzen oder stehen Sie in einer gut aufgerichteten Haltung, denn so ist das Sprechen in jeder Lautstärke weniger anstrengend und weniger störend.
- Fassen Sie die wichtigsten Punkte gegen Ende des Gesprächs kurz zusammen. So holen Sie das Einverständnis Ihres Gesprächspartners ein und signalisieren, dass Sie am Ende des Gesprächs sind.

9 Tipps fürs E-Mail-Schreiben

KISSES beim Verfassen von E-Mails

Erweitern Sie das klassische KISS (Keep it short and simple) auf ein KISSES mit 4 S – short, simple, structured and stimulating.

Short

- Schreiben Sie kurze Sätze (wir lesen am Bildschirm langsamer und brauchen mehr Zeit, um Texte zu verstehen).
- Aussagekräftige Betreffzeile: Der Blick der Empfänger fällt als erstes auf die Betreffzeile. Hier entscheiden sie, meist ohne den Inhalt der E-Mail überhaupt zu kennen, wie sie weiter vorgehen: lesen, bearbeiten, ignorieren, löschen.

Simple

- Verwenden Sie Verben: wenig Wörter mit den Endungen -heit, -keit, -ung, -ismus (z. B. verständigen statt Verständigung). Verben regen zum Handeln an.
- Aktive Sätze schreiben: »Ich schicke Ihnen« statt »Ich lasse Ihnen zukommen« – noch besser ist natürlich der Satz »Sie erhalten von mir ...«.

Structured

- Überblick VOR Detail: Geben Sie die wichtigsten Informationen in den ersten 8 Zeilen (Vorschaufenster).
- Strukturieren durch Aufzählungszeichen.

Stimulating

- Schreiben Sie Ihre Empfänger mit deren Namen an, verwenden Sie den Namen ruhig auch zwischendurch in einem längeren E-Mail.
- Gestalten Sie einen netten und freundlichen Beginn und eine persönliche Verabschiedung (z. B. mit sonnigen Grüßen aus Wien).
- Formulieren Sie klare Handlungsaufforderungen – gerne auch im Betreff: Rückantwort bis T.T.MM.JJ erbeten.

Diese Tipps stellten für Sie Andrea Khom & Michaela Kellner zusammen.

ANKH.AT Coaching & Trainings
www.ankh.at