

# Kreative Briefe



→ **SCHRIFTVERKEHR** Umschlag und Porto sind beim Versand von Angeboten, Rechnungen & Co. sowieso fällig. Nutzen Sie diese Post doch einfach dafür, kostengünstig für sich zu werben. Die Tipps dazu bekommen Sie von uns.

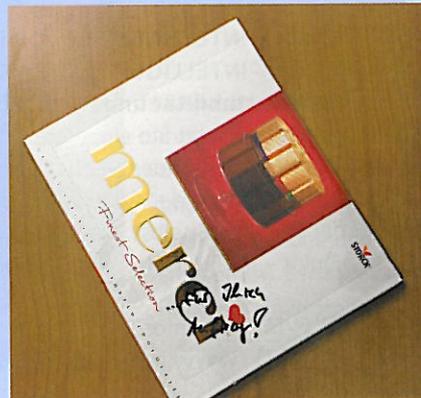
**S**ie werben mit Anzeigen und Broschüren? Und was ist mit Ihrer Geschäftspost? Wahrscheinlich geht es da förmlich, sachlich und womöglich langweilig zur Sache – mit extrem geringer Werbewirkung für Ihren Betrieb. Mit etwas Kreativität können Sie auch mit Angeboten, Rechnungen und sogar Zahlungserinnerungen Ihren guten Ruf steigern und Kundensympathien gewinnen. Das Schönste daran: Sie heben sich mit extrem geringen Kosten von Ihren Mitbewerbern ab. Wie kreativer Schriftverkehr aussehen kann? Lassen Sie sich von unseren Beispielen anregen!

**Kreative Entscheidungshilfen** Keine Bange. Nicht bei den Zahlen Ihres Angebots sollen Sie schöpferisch vorgehen, sondern nur bei den Zusatzinformationen und der Verpackung der Offerte. Die Situation ist ja folgende: Ihr Angebot ist womöglich die erste schriftliche Visitenkarte, die Ihr Kunden von Ihnen in Händen hält. Da zählt der erste Eindruck! Vor allem müssen Sie damit rechnen, dass der Anfrager weitere Angebote für die gleiche Leistung angefordert hat. Nun sitzt er da und fragt sich, welchen Malerbetrieb er nehmen soll. Alle machen irgendwie das Gleiche. Der einzige offensichtliche Unterschied ist meist der Preis. Wenn Sie vermei-

den wollen, dass Sie aufgrund Ihrer vielleicht höheren Angebotssumme aussortiert werden, müssen Sie dem potenziellen Kunden andere Gründe dafür liefern, warum er Sie wählen soll.

Eine tolle Möglichkeit dazu ist die kreativen Angebotsgestaltung: Versenden Sie beispielsweise Ihre Kalkulation zusammen mit einer Information zu Ihrem Betrieb. Das kann eine Angebotsmappe sein, besser noch ist ein zusätzliches, kurzes Anschreiben. Heben Sie darin hervor, was Ihren Betrieb auszeichnet und für den Kunden von Belang ist. Das kann z. B. Ihre verbindliche Art sein, die Leidenschaft, mit der Ihre Mitarbeiter bei der Sache sind, oder die sauberen Baustellen, die Sie hinterlassen. Unterstreichen Sie die Gründe, die für Sie sprechen, mit einer kleinen Beigabe. Persönliche Verbindlichkeit demonstrieren Sie z. B., indem Sie ein Post-it mit einer handschriftlichen Notiz auf das Angebot kleben: »Danke für das schöne Gespräch! Was wir uns gemeinsam ausgedacht haben, kann richtig toll werden!« Möchten Sie die Entscheidung für Ihr Unternehmen beschleunigen ist es wirkungsvoll ist, den Kunden für eine schnelle Rückantwort zu belohnen: »Ihnen gefällt unser Angebot und Sie entscheiden sich bis zum 10. November 2013 für uns? Das freut uns – und Sie: Wir bedanken uns mit zwei Kinogutscheinen bei Ihnen!«

**Linderung und Erinnerung** Menschen die sich freuen, wenn sie eine Rechnung aus dem Umschlag ziehen, gibt es nicht. Für Sie als Rechnungssteller gilt deshalb: Versüßen Sie Ihrem Kunden diesen negativ besetzten Moment und stärken Sie die Kundenbindung. Ideen dazu gibt es reichlich: Legen Sie der Rechnung ein kurzes Anschreiben



Mit diesen Leckereien bedankt sich der Malerbetrieb Pietsch aus Wurzen bei Leipzig bei seinen Kunden

Matthias Eigel, Kaleidoskop  
Marketing-Service



## »Der Ton macht die Musik. Und kreative Korrespondenz gute Kundschaft. Ausprobieren!«

oder eine Postkarte bei. Darin bedanken Sie sich für den Auftrag und fragen nach, ob alles zur vollsten Zufriedenheit des Kunden gelaufen ist. Noch viel positiver laden Sie Ihre Rechnung mit einem kleinen Präsent auf. Ein Minütchen mit Gummibärchen für farbige Innenraumarbeiten oder ein Teebeutel mit »Energie-Tee«, wenn Sie Wärmedämmarbeiten ausgeführt haben, erinnert den Kunden an den Nutzen der Leistungen. Zudem versüßt die sympathische Geste den Rechnungsmoment. Gut kommt auch die persönliche Übergabe der Rechnung zusammen mit einem wertigen Präsent an. Dieses sollte am besten individuell auf den Kunden ausgerichtet sein. Das können z. B. Golfbälle für einen Golfer sein, ein Fahrrad-Reparaturset für einen Biker, ein Buch mit Gartenideen für eine Gartenliebhaberin, ein Grillkochbuch für einen passionierten Grill-Experten, usw. Zudem haben Sie hier die Gelegenheit, persönlich die Zufriedenheit des Kunden abzufragen.

**Sympathische Mahnung** Das Zahlungsziel ist verstrichen, doch Geld vom Kunden haben Sie keins auf dem Konto? Zeit für eine Zahlungserinnerung. Verprellen Sie Ih-

ren Auftraggeber, dem vielleicht nur ein Irrtum unterlaufen ist, jetzt nicht mit einer kalten und nüchternen Standardformulierung. Weisen Sie besser originell darauf hin, dass noch eine Rechnung offen ist. Stellen Sie Ihrem Text beispielsweise ein humoriges Zitat voraus: »Die Menschen werden immer vergesslicher, weil man in Papiertaschentücher keine Knoten machen kann. Wenn es Ihnen, sehr geehrter Herr Mustermann, genauso geht, wollen wir gern Ihr echtes Stofftaschentuch sein und Sie erinnern: an unsere Rechnung...« Zum Schmunzeln – und damit hoffentlich zur Rechnungsbegleichung – bringen Sie den schusseligen Säumigen auch, indem Sie ein Bild sprechen lassen. Das kann z. B. ein Foto eines verknöteten Taschentuches sein oder das Bild einer Warteschlange, mit dem Sie darauf hinleiten, dass Sie freudig einer Zahlung entgegensehen. Eine andere Möglichkeit ist die Abbildung eines hohen Briefstapels verbunden mit der Frage: »Rechnung untergegangen? Zum Glück haben Sie uns. Wir schicken Ihnen unsere Rechnung hiermit gern noch einmal in Kopie zu ...« Sicher fallen Ihnen noch viele weitere kreative Lösungen ein.

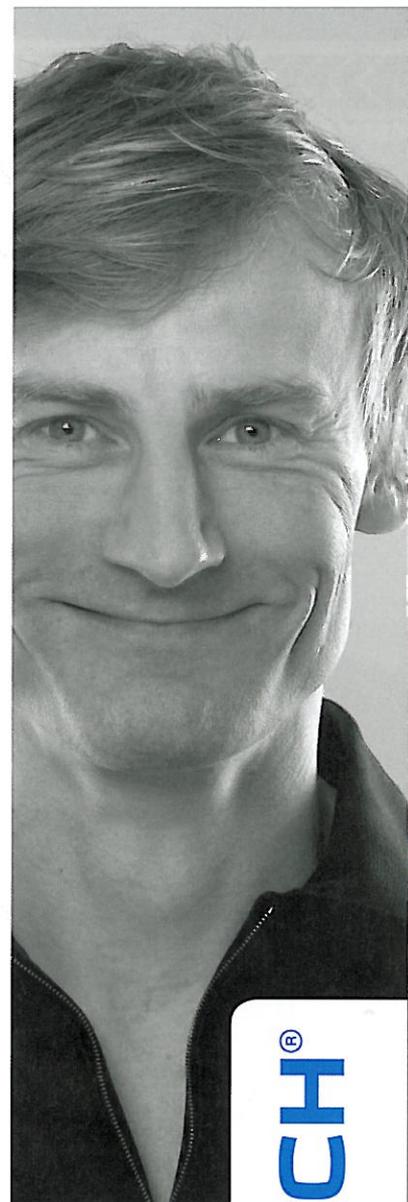
Matthias Eigel

### SO PROFITIERT IHR KUNDE

## Weniger Stress, mehr Kunden

Auch bei Auftragsbestätigungen, beim Begleitbrief zum Prospektmaterial oder in E-Mails werden Ihre Kunden Ihre **kreativen Formulierungen und Ideen** schätzen. Mit Ihrer persönlichen und ausgefallenen Korrespondenz stellen Sie eine **tragfähige Beziehung zum Kunden** her. So erhöhen Sie die Trefferquote bei Angeboten und vermindern das Gefailsche bei Rechnungen. Zudem profilieren Sie sich als Betrieb, der **sympathisch** anders ist, pflegen den Kundenkontakt über das Auftragsende hinaus und **hinterlassen einen Eindruck, an den sich der Kunde beim nächsten Bedarf gern und gut erinnert**.

Fotos: Malerbetrieb Pietsch, Kaleidoskop



... weil das richtige Werkzeug  
Zufriedenheit garantiert.

STORCK – Ihr Partner  
für mehr Wirtschaftlichkeit.

[www.storck.de](http://www.storck.de)