

Imagefaktor schriftliche Kommunikation - professionelle E-Mails und Briefe

Zielgruppe: Mitarbeiter(innen) aus Kundenservice, Marketing, Verkauf, Einkauf, Sekretariat und Assistenz

Methoden: Kurzvorträge, Lehrgespräche, Einzelübungen, Gruppenübungen

Nutzen: „Schreiben ist einfach, man muss nur die falschen Wörter weglassen.“, das wusste schon Mark Twain. Sind Ihre E-Mails und Briefe kurz, prägnant und empfängerorientiert? Gelingt es Ihnen, auch schwierige Sachverhalte präzise auf den Punkt zu bringen? Sind Ihre Schreiben strukturiert und übersichtlich? In diesem Training erfahren Sie, welche alten Zöpfe Sie abschneiden sollten und wie Sie modern, kunden- und zielorientiert kommunizieren.

Das Motto des Seminars: Von der guten zur besseren Korrespondenz!

Seminarinhalte:

1. Die Korrespondenz als Imagefaktor des Unternehmens

- Übereinstimmung zwischen Korrespondenz und Unternehmensphilosophie
- Schriftliche Kommunikation und Corporate Culture
- So verbessern Sie die Außenwirkung Ihres Unternehmens

2. Korrespondenz unter der Lupe des Qualitätsmanagements

- Welche Kriterien müssen Ihre E-Mails und Briefe erfüllen, um Qualität zu haben?
- Beurteilen und messen Sie die Qualität Ihrer schriftlichen Kommunikation!

3. Kurz, knapp, präzise, aussagekräftig und freundlich formulieren

- So kommunizieren Sie klar, deutlich und unmissverständlich ohne anmaßend und streng zu wirken
- Mit welchen W-Fragen prüfen Sie die Vollständigkeit Ihrer Texte?
- Freundlich und dennoch verbindlich und bestimmt formulieren
- Wie setzen Sie Termine, ohne Druck auszuüben?

4. Lay-out und Textgestaltung (DIN 5008)

- Anschrift und Anrede
- Vom Betreff bis zum Postskriptum
- Kennen Sie die korrekten Schreibungen? Welche Kardinalfehler Sie unbedingt vermeiden sollten!
- Gliederung und Struktur: so gestalten Sie übersichtliche und empfängerorientierte E-Mails und Briefe

5. Floskeln über Bord! Modern und kundenorientiert schreiben

- Ökonomisch, verständlich und ansprechend
- Nie mehr Schachtelsätze
- Auf welche Uraltfloskeln und alten Zöpfe sollten Sie verzichten?
- Welche Füllwörter und Doppelformulierungen sollten Sie vermeiden?
- Der Unterschied zwischen Schrift- und Umgangssprache
-

6. Psychologie im Schriftverkehr

- Der gelungene Briefbeginn: Wie Sie das Interesse des Lesers wecken!
- Das Briefende: Der letzte Eindruck bleibt haften!
- Positive Ausdrucksweise - positive Gedanken
- Empfänger- und partnerorientiert formulieren

7. Grammatikfallen

- Meiden Sie missverständliche Partizipien
- Aktiv- statt Passivsätze

- Falsch gebrauchte Superlative

8. Korrespondenz und Business Etikette

- Die Anrede des Empfängers in E-Mails und Briefen: Sehr geehrte/r...? GutenTag, Herr Muster oder lieber Herr Muster?
- So beginnen und beenden Sie Ihre E-Mails und Briefe mit Stil
- So punkten Sie durch Umgangsformen und Höflichkeit

9. Unterschiedliche Briefftypen von A wie Anfrage bis Z wie Zahlungserinnerung

- Konkrete Anfragen als Basis für konkrete Angebote
- Absagen ohne „leider“ und „bedauerlicherweise“
- Kurze, knackige und gleichzeitig kundenorientierte Einzeiler
- Erinnerungen an Termine und Zahlungen
- Terminbestätigungen
- Reklamationen und Beschwerden kundenorientiert beantworten

10. Professionelle E-Mails

- Professionelle Kommunikation per E-Mail
- Formale und inhaltliche Gestaltung der elektronischen Post
- „Netiquette“