

1x1 der E-Mail-Praxis

Kundennähe und ein positives Image aufbauen

Wählen Sie aus diesen Terminen

München 07. und 08.02.2012

**Sparen Sie 200,-
Euro bei Anmeldung
bis zum 31.12.2011!***

„Eine Pflichtübung für alle die mit schriftlicher Kommunikation (Brief oder E-Mail) zu tun haben.“ (M. Hasenaug)

Ihr Seminarleiter



Gerald Fründt, E-Mail-Praxis.de
Sprachwissenschaftler, Geschäftsführer
und E-Mail-Coach

E-Mails

- richtig lesen
- verstehen
- beantworten

THEMEN

- Stärken- und Schwächenanalyse bei der E-Mail-Beantwortung
- Qualität und Prozesse im E-Mail-Management
- E-Mails richtig lesen und die Bedürfnisse des Kunden verstehen
- Der richtige Aufbau von E-Mail-Antworten
- Kritische Sprachhandlungen per E-Mail
- Neue Qualität für den Kunden-Dialog

IHR NUTZEN

- Durch den meisterhaften Umgang mit dem Kommunikationsmedium E-Mail gewinnen Sie wertvolle Kunden und Kontakte für Ihr Unternehmen.

Sehr geehrte Damen und Herren, herzlich willkommen zu unserem Seminar **1x1 der E-Mail-Praxis!**

Kunden wenden sich immer häufiger per E-Mail an die Unternehmen. Informationen werden erbeten, Fragen gestellt, Beschwerden übermittelt und Vorschläge und Bitten an das Unternehmen herangetragen. Durch die größere Verbindlichkeit und Beständigkeit des Kommunikationsmediums E-Mail ist die Wirkung auf den Konsumenten besonders stark. Viele Verantwortliche in der Kundenkommunikation und noch mehr die Mitarbeiter in den Service-Abteilungen setzen aber immer noch zu sehr auf den Kanal Telefon.

In Zukunft werden sich aber gerade zahlungskräftige Schichten zunehmend vom Telefonkanal abwenden und auch eine qualifizierte, schriftliche Unternehmenskommunikation per E-Mail erwarten. Um erfolgreich auf dieses sich verschiebende Kundenverhalten reagieren zu können, ist die Überarbeitung der E-Mail-Kommunikation und die Schulung der Mitarbeiter in diesem Feld entscheidend. Ohne individuelle und kundenorientierte E-Mails fehlt ein wesentliches Werkzeug zur Herstellung einer positiven Kundenbeziehung und eines attraktiven Firmenimages.



Wolf-Dietrich Hutter, Projektleiter **1x1 der E-Mail-Praxis**

Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

- Gewinnen Sie einen fundierten Einblick in erfolgreiche E-Mail-Kommunikation
- Erkennen Sie die Stärken und Schwächen Ihrer bisherigen E-Mail-Praxis
- Grenzen Sie den Einfluss technischer und persönlicher Erfolgsfaktoren voneinander ab
- Verbessern Sie Ihre Ergebnisse beim Umgang mit kritischen E-Mails und Situationen
- Profitieren Sie von den positiven (Image-)Effekten, die Sie durch meisterliche E-Mails erzielen

Wen Sie auf diesem Seminar treffen werden

Das Seminar richtet sich an Verantwortliche mit direktem Kundenkontakt in allen Branchen, insbesondere an:

- Führungskräfte in Service- und Vertriebsfunktionen
- Verantwortliche für die Unternehmenskommunikation
- Teamleiter und Mitarbeiter in Kunden-Service-Abteilungen
- ALLE, die durch Schreiben und Beantworten von E-Mails das Unternehmensergebnis positiv beeinflussen können

„Auf den Punkt gebracht“

(U. Tischler, KELAG-Kärntner Elektrizitäts-AG)

**Wir beraten Sie gerne.
Telefon 069 / 63 00 69 00**

09:00 Check-In und Ausgabe der Seminarunterlagen

09:30 Beginn des ersten Seminartages

1. Stärken-/Schwächen-Analyse der E-Mail-Beantwortung

Auf welche Aspekte sollte man achten und welche Kriterien entwickeln, um eine Übersicht über eine aktuelle E-Mail-Kommunikation im B-2-C Bereich zu bekommen?

- Kunde: Schickt er eine E-Mail oder füllt er ein Formular aus?!
- Eingangsbestätigung ja/nein? ... und wenn ja, was gehört hinein?
- Subject / Betreff der Antwort: nur kundenfreundliche Lösungen sollten zählen
- Und bei der Antwort, wo bleibt die Frage?

2. E-Mail-Management – einmal nicht durch die technische Brille betrachtet

- Pro/Contra: Automatisierte Texterkennung – welche Dialog-Situationen eignen sich
- Prozesse entwickeln, prüfen, kontrollieren (z.B. Antwortzeiten, Zwischenbescheide)
- MitarbeiterInnen, Voraussetzungen und Erfahrungen – welche werden für welche Dialoge und Kunden benötigt
- Qualität fordern, vermitteln und einhalten: was aber ist Qualität im E-Mail-Management?

3. Lesen & Verstehen – was Sie über Ihren Kunden, seine Emotionen erfahren können!

Jedermann und Jede(r) sind die Ergebnisse der PISA-Studie in Erinnerung. Und tatsächlich ließe sich viel Zeit sparen, würde in den Unternehmen ein größeres Gewicht auf angemessene Lese-Strategien gelegt.

- E-Mail ist ein verschriftliches Gespräch – nutzen Sie das!
- Entwickeln Sie Fragen zu Ihrem Kunden – das Kunden-Profil
- Kein Lesen & Verstehen ohne Frage – aber wann welche Frage?
- Zwischen den Zeilen lesen und auf Fehler achten

Praxis: Übungen zum Lesen und Verstehen oder der Lesen & Verstehen Triathlon – eine „echte“ Kunden-E-Mail lesen, einen „echten“ Textbaustein lesen, eine „echte“ E-Mail-Antwort lesen!

4. Schreiben I: Worte, Worte, nichts als Worte! Dazwischen manchmal ein Gedanke. (Reich-Ranicki nachgesagt)

Wenig beachtet werden im Alltag die weitreichenden Folgen, die die Entscheidung für ein ganz bestimmtes Wort hat. Ein einziges mehrdeutiges Wort, schon muss man den Aufwand erhöhen, sich dem Kunden verständlich zu machen.

- Schlüsselworte des E-Mail-Dialoges definieren und Bedeutungen festlegen
- Jederzeit passende Worte & Fremdworte, Fachworte und was es sonst noch alles gibt
- Verben werden zu Prädikaten – nutzen Sie die Rollen
- Spezielle Worte –
- Sprach(be)wertungen, Kommentierungen – souverän verwenden

Praxis: Wie werden Wort-Bedeutungen erarbeitet? Wie findet man angemessene Worte für die E-Mail-Antwort?

5. Schreiben II: Der Satz!!!

Im deutschen Satz ist man variabel, das Deutsche ist flexibel und der Satzbau Subjekt Prädikat Objekt (SPO) ist nur eine Variante neben anderen – neben welchen anderen?

- Sätze anfangen
- Sätze aufbauen
- Sätze aufteilen
- Sätze verbinden

Praxis: Wie bewertet man Sätze, ob sie sich eignen? Wie testet man Sätze? Am Beispiel von „echten“ Sätzen werden Möglichkeiten von Sätzen ausprobiert.

17:30 Ende des ersten Seminartages

2. TAG

09:00 Beginn des zweiten Seminartages

6. Schreiben III: Ordnung der Inhalte, Schreiben eines Themas – zulässig nur mit klarem Konzept.

Wir leben im Zeitalter der Information und bereits ein Wort (siehe Schreiben I) ist eine (1) Information. Deswegen keine Information in die E-Mail-Antwort, die kein Ziel hat!

- Kein Thema ohne ein Ziel – wenn Sie dieses jetzt schreiben, was soll denn der Kunde damit?
- Wie fängt man ein Thema an? Mit welchem Wort, mit welchem ersten Satz?
- Welche Information braucht man für welches Ziel?
- Wie unterstützt die neue Rechtschreibung Ihr Schreiben?!

Praxis: Sammeln, bewerten, anordnen, Zusammenhänge aufbauen – an einzelnen, kleineren Themen wird das Schreiben von Inhalten geübt.

7. Jede Antwort braucht einen Aufbau – Ordnung der Antwort.

E-Mail ist kein Brief, E-Mail erweitert das Schriftliche um viele und vielfältige Möglichkeiten einer neuen Kunden-Nähe!

- Die angemessene Begrüßung
- Dialog einleiten
- Zum Thema kommen und das Thema aufbauen – hier werden Ihnen die Erfahrungen aus Schreiben I und Schreiben II viel Arbeit abnehmen
- Handlungen, um den Kunden im Boot zu halten! Erst nach dem Thema – das hängt wieder mit dem Lesen & Verstehen zusammen
- Der angemessene „letzte Eindruck“, ehe Sie sich angemessen und freundlich verabschieden!

8. Kritische Sprachhandlungen (z.B. Bitten, Fragen) sicher formulieren.

Wenn es darauf ankommt, den Kunden um etwas zu bitten, dann kommt es tatsächlich auf Sie (!) an: wie motivieren Sie den Kunden – mit Worten, mit Sätzen, mit Ordnung!

- Erklären nicht bevormunden
- Sich entschuldigen, für was und wie formuliert
- Bitten, und das motiviert und motivierend!
- Fragen, wonach fragen und wie fragen

Praxis: Am Beispiel einzelner „Sprachhandlungen“ werden Schritte entwickelt und formuliert, um den Kunden in einer E-Mail-Antwort motivieren zu können.

9. Kritische Situationen erkennen, bestehen und antworten!

E-Mail hat dem Dialog mit Kunden eine neue Qualität gegeben: der Dialog ist direkter und unmittelbarer, der Dialog wird emotionaler!

- Kunde kritisiert
- Kunde meckert
- Kunde beschwert sich
- Kunde beschuldigt
- Kunde reklamiert

Praxis: In einer Art großem Finale werden als Zusammenfassung des Workshops an „echten“ Beispielen alle Schritte durchgegangen.

17:00 Ende des zweiten Seminartages

Es werden zwei Kaffeepausen und ein gemeinsames Mittagessen pro Seminartag angeboten. Der Referent legt die Zeiten individuell, entsprechend dem Programmablauf fest.

Seminarbeschreibung

Eine gute geschriebene E-Mail ist im Kundenkontakt Gold wert. Der Wettbewerb um enge Kundenkontakte und ein positives Marken- und Unternehmensimage wird jedoch zunehmend härter. Die Erwartungen der Kunden an den Dialog mit Ihrem Unternehmen und die persönliche und schnelle Beantwortung von Anfragen, Anregungen und Beschwerden per E-Mail wächst rasant. Nur durch die Berücksichtigung der Besonderheiten des schriftlichen Ausdrucks gegenüber dem gesprochenen Wort am Telefon werden Sie den Erwartungen der Kunden gerecht und können den E-Mail-Kanal zu einem Treiber Ihres Erfolges ausbauen.

Das Seminar gibt anhand realer und praktischer Beispiele einen Überblick über die wesentlichen Grundzusammenhänge und Wirkungsweisen der E-Mail-Kommunikation. Die Besonderheiten von Lesen, Verstehen und Schreiben werden gegenüber der mündlichen Kommunikation erläutert und analysiert. Sie erarbeiten sich schrittweise neue Möglichkeiten, E-Mails zielorientiert zu lesen und zu verstehen und kritische Situationen besser zu erkennen und zu meistern. In praxisorientierten Übungen können die Teilnehmer die Erkenntnisse sofort auf die eigene Situation anwenden.

Seminarvorbereitung: Die TeilnehmerInnen am Workshop können anonymisierte E-Mails aus ihrem Unternehmen schicken, auf die Herr Fründt vorbehaltlich ihrer Eignung ebenfalls anonymisiert eingehen wird.

Ihr Seminarleiter



Gerald Fründt, E-Mail-Praxis.de
Sprachwissenschaftler, Geschäftsführer und E-Mail-Coach

Gerald Fründt ist Sprachwissenschaftler und Trainer, Berater, Coach für E-Mail Dialoge. Als Geschäftsführer des ersten „E-Mail Call Centers“ in Deutschland war er verantwortlich für die Entwicklung der Geschäftsprozesse, der Auswahl und Qualifizierung von MitarbeiterInnen für E-Mail-Dialoge sowie Definition und Kontrolle von Qualitäts-Standards in dem Dialog zwischen Kunden und Unternehmen. Herr Fründt ist Gründer und Inhaber von E-Mail-Praxis – dem Projekt für persönliche und charmante B-2-C Korrespondenz.

Ihr Termin

München

07. und 08.02.2012

Seminar – firmenintern

Zu diesem Thema bieten wir auch firmeninterne, geschlossene Seminare an. Darüber hinaus unterstützen wir Sie auch gern mit Train-the-Trainer-Seminaren und Trainingskonzepten für Ihre Multiplikatoren. Wir beraten Sie gerne und erstellen Ihnen ein individuelles Angebot.

Telefon +49 (0)69 / 63006 900

1x1 der E-Mail-Praxis

Kundennähe und ein positives Image aufbauen

München 07. und 08.02.2012

Sparen Sie 200,-*
Euro bei Anmeldung
bis zum 31.12.2011!*

DEUTSCHE
KONGRESS
AKADEMIE

Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH, Postfach 700212, 60552 Frankfurt am Main

„Endlich frische Impulse zu diesem wichtigen Thema!“

M. Kock-Reher, Technische Krankenkasse

INTERNET-PDF

Fax-Anmeldung +49 (0)69 / 63006-969

So melden Sie sich an

Bitte einfach das Anmeldeformular ausfüllen und per Fax oder Post zurücksenden oder melden Sie sich online unter www.deutsche-kongress.de/e-mail an. Sie erhalten schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung.

Ja, ich melde mich zum Seminar „1x1 der E-Mail-Praxis“ an. Die Teilnahmegebühr beträgt € 1.295,-.

München 07. und 08.02.2012

Bei Anmeldung bis zum 31.12.2011 erhalten Sie einen Rabatt von € 200,-*

Bitte informieren Sie mich über das firmeninterne Seminar „1x1 der E-Mail-Praxis“

Code, falls vorhanden
Name, Vorname
Abteilung, Funktion
Firma
Straße, Postfach
PLZ, Ort
Telefon, Fax
E-Mail

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist: Sie erhalten schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

Die Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH darf mich über Angebote von sich und Verbundsunternehmen zu Werbezwecken informieren.

Zusendung per E-Mail Ja Nein Zusendung per Fax Ja Nein

Datum, Unterschrift

Rechnung an

Name, Vorname
Abteilung

Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen

<10 10-49 50-99 100-499 500-999 >1000

Anmeldebedingungen

Die Teilnahmegebühr für das Seminar „1x1 der E-Mail-Praxis“ beträgt inklusive Mittagessen, Kaffeepausen, Erfrischungsgetränken und den Seminarunterlagen € 1.295,-. Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bis 4 Wochen vor dem Veranstaltungstermin können Anmeldungen storniert werden. Für die Stornierung stellt die Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH eine Bearbeitungsgebühr von € 150,- zzgl. gesetzl. MwSt. in Rechnung. Bei Stornierung der Anmeldung zu einem späteren Zeitpunkt oder bei Nichterscheinen berechnen wir die gesamte Teilnehmergebühr. Die Stornierung ist schriftlich vorzunehmen. Die Vertretung eines angemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Gruppentarife*

Wir gewähren Rabatte für Sammelanmeldungen einer Firma:

2 Personen 10% auf alle Anmeldungen

3 Personen 15% auf alle Anmeldungen

4 Personen 20% auf alle Anmeldungen

ab 5 Personen 25% auf alle Anmeldungen

WICHTIG: Die Anmeldungen müssen zur gleichen Zeit bei uns eintreffen.

*BITTE BEACHTEN SIE:

Eine Gewährung von mehreren Rabatten ist nicht möglich.

So melden Sie sich an

Per Telefon

+49 (0)69 / 63006-900

Per Telefax

+49 (0)69 / 63006-969

Per Post

Neue DEUTSCHE
KONGRESS GmbH,
Postfach 700212,
D-60552 Frankfurt/Main

Per E-Mail

anmeldung@deutsche-kongress.de

Datenschutz

Hinweis nach § 28 Abs. 4 BDSG: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke jederzeit widersprechen, wenn Sie in Zukunft von uns keine Informationen mehr erhalten möchten.

Veranstaltungsort und Termin

München

07. und 08.02.2012

Maritim Hotel München

Goethestrasse 7, D-80336 München

Telefon +49 (0)89 / 552350, Telefax +49 (0)89 / 55235900

E-Mail info.mun@maritim.de, www.maritim.de

Einzelzimmer: € 122,- inkl. Frühstück (Rate abrufbar bis 10.01.2012)

Um diese exklusive Rate zu erhalten, geben Sie bitte bei der Buchung Ihres Hotelzimmers das Stichwort „DEUTSCHE KONGRESS“ an.

Für Sie nicht interessant?

Dann leiten Sie die Broschüre einfach weiter – Danke!

343_E-MAIL-PRAXIS_SEMI