

# Checkliste

**Wie Sie mit einem tollen  
Werbebrief Kunden  
gewinnen und binden**



WiPeC - Experten für Vertrieb & Marketing 2.0

## „Wie Sie mit einem tollen Werbebrief Kunden gewinnen und binden“

Eine Sonnenbrille beigelegt im Schreiben der Urlaubsversicherung, ein Miniflügelpaar, das Sie von der Bank bekommen... Die Botschaften sind eindeutig: ‚wir bieten Ihnen den Schutz, den Sie brauchen‘ oder ‚wir verleihen Ihren Vorhaben Flügel‘.

Die wenigsten Unternehmen machen sich die Mühe ihren Kunden eine so simple Beifügung zu ihrem Mailing zukommen zu lassen.

Gut, aus ökonomischer Sicht ist es kurzfristig unrentabel, schließlich haben weder Sie noch Ihre Kunden einen großen Nutzen von diesem Geschenk. Warum sollten Sie sich also die Mühe machen Ihrem Mailing so etwas beizufügen?

Aber bei kleinen werbegeschenkeähnlichen Aufhängern ist dann meistens Schluss. Vergessen Sie dabei aber nicht, dass wir als Menschen ständig mit Bildern oder Gegenständen Emotionen oder Erlebnisse assoziieren. Die kleinen Werbeflügel werden Sie zum Schmunzeln bringen und sicher länger im Kopf bleiben als ein einfaches Anschreiben ohne einen gekonnten Aufhänger. Sie verleihen Ihren Worten Nachdruck, visualisieren diese im wahrsten Sinne des Wortes.

**Fazit: Die Macht der visuellen Reize, der Metaphern und die der Werbegeschenke eigentlich auch.**

.

## Die Checkliste für Ihren Werbebrief, der in Erinnerung bleibt

### 1. Der äußere Eindruck zählt!

- Haben Sie eine originelle Verpackung, die sofort Aufmerksamkeit erregt?
- Macht neugierig

### 2. Der beigefügte Werbeartikel!

- hat einen Nutzen für den Adressaten und einen Bezug zu Ihrem Unternehmen
- kann originell sein, wirkt nicht billig
- Veranlasst den Adressaten idealerweise dazu, auf Sie zurückzukommen
- Ein außergewöhnliches Give-Away repräsentiert auch die Flexibilität und Kreativität Ihres Unternehmens
- Wichtig: besitzt einen Bezug zu Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung (was Sie bewerben)

### 3. Die richtigen Worte!

- Überschrift und Einleitung erwecken sofort das Interesse des Adressaten
- Schaffen Sie Vertrauen: Sprechen Sie Ihren Kunden direkt und mit Namen an
- vermittelt Dynamik durch Zwischenüberschriften und Absätze
- enthält eine direkte oder indirekte Handlungsaufforderung
- Schreiben Sie kein Epos: eine Seite im Din A4-Format sollte reichen sowie kurz und präzise formuliert
- Ihr Schreiben sollte grammatikalisch und orthographisch einwandfrei sein. Schließlich drückt dies Ihre Professionalität aus!
- Verzichten Sie auf komplizierte Fachwörter oder komplexe Fachwendungen
- Schreiben Sie strukturiert und ohne sich zu wiederholen

### 4. Fordern Sie zum Handeln auf!

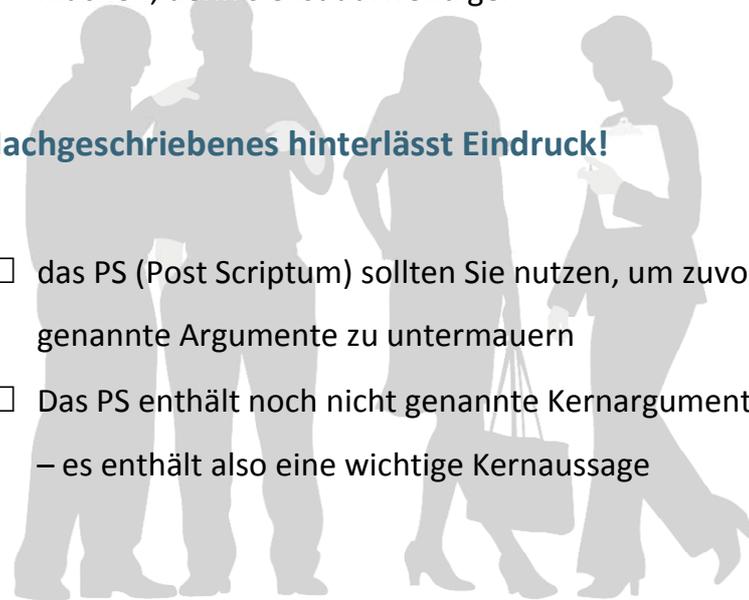
- Der Adressat sollte genau erfahren, was er zu tun hat
- Welchen Nutzen hat der künftige Kunde? Wird sein Handeln belohnt werden?

## 5. Zeigen Sie Charakter – mit der richtigen Grußformel!

- werden Sie transparenter- und glaubwürdiger mit dem vollständigen Namen und der jeweiligen Funktion des Unterzeichners
- Eine handgeschriebene Unterschrift unterstreicht die Mühe, die Sie sich für Ihre potenziellen Kunden machen, denn sie ist aufwendiger

## 6. Nachgeschriebenes hinterlässt Eindruck!

- das PS (Post Scriptum) sollten Sie nutzen, um zuvor genannte Argumente zu untermauern
- Das PS enthält noch nicht genannte Kernargumente – es enthält also eine wichtige Kernaussage



# Über die Autoren

Elisabeth & René Penselin

Elisabeth und René Penselin sind Gründer und Begleiter zahlreicher Unternehmensprojekte, die sie in den letzten 15 Jahren in unterschiedlichen Funktionen, ob als Geschäftsführer, Marketingleiter, Trainer, Unternehmensberater oder Vertriebsmanager erfolgreich unterstützt haben.



Ursprünglich kommt René Penselin aus der Betriebswirtschaft und dem klassischen Verkauf, wo er lange Jahre als Manager in Handel und Industrie tätig und für 24 Millionen Euro Umsatz verantwortlich war. Elisabeth Penselin kommt aus der Kommunikationspsychologie und spezialisierte sich schnell für das Onlinemarketing.

Sie selbst haben 2009 das Unternehmen WiPeC gegründet und von heute auf morgen komplett über das Internet aufgebaut. Mittlerweile gewinnen sie 80% Ihrer Kunden online, besitzen mehrere florierende Internet-Projekte, ein erfolgreiches Mitgliederprojekt sowie ein fünfköpfiges Mitarbeiter-Team.



Als Unternehmensberater, Trainer und Coaches unterstützen sie heute kleine und mittelständische Unternehmen sowie Freiberufler bei der Kundengewinnung im Internet – deutschlandweit, sowie in der Schweiz und Österreich.

Ihre Kunden schätzen zum einen ihren großen Erfahrungsschatz im Online Marketing und Verkauf, als auch ihre herausragenden und professionell ausgebildeten Beraterfähigkeiten, mit Kunden gemeinsam die passende Onlinestrategie zu entwickeln und dann auch in die Praxis umzusetzen.

Mit ihrem Team aus Social Media und Content Managern, IT-Experten und Webdesignern bieten sie die optimale strategische Beratung sowie deren professionelle Umsetzung für mehr neue Kunden über das Internet.



Eine detailliertere Beschreibung der WiPeC-Dienstleistungen finden Sie auf ihrer Website [www.kundengewinnung-im-internet.com](http://www.kundengewinnung-im-internet.com).

**Wenn Sie Fragen zu ihren Dienstleistungen haben, dann rufen Sie das WiPeC-Team an unter 0351. 843 58 41 an oder schicken Sie ihnen eine E-Mail an [info@wipec.de](mailto:info@wipec.de)**

Das Team freut sich, wenn sie auch Ihre Unternehmensentwicklung positiv stärken kann!

# Impressum

WiPeC – Experten für Vertrieb & Marketing 2.0  
Elisabeth & René Penselin  
Kronenstraße 61  
D-01129 Dresden

**Fon: +49 (0) 351. 843 58 41**

[info@wipec.de](mailto:info@wipec.de)

[www.kundengewinnung-im-internet.com](http://www.kundengewinnung-im-internet.com)

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

[www.facebook.com/wipec](https://www.facebook.com/wipec)

