



Anschreiben Angebot

Formuliere eine E-Mail – stellvertretend für eine Nachricht über jeden anderen Social-Media-Kanal, wie z. B. LinkedIn, FB Messenger, WhatsApp etc. – an deinen Zielkunden. Eine E-Mail kann etwas länger sein, eine Message über Social Media sollte schnell auf den Punkt kommen.

Sei es jemand in einem Unternehmen, oder eine Privatperson.
Dein Ziel ist es, das Interesse dieser Person zu wecken und sie zu einer Handlung zu bewegen.

Der CTA (Call-To-Action), also die gewünschte Reaktion, kann eine Antwort auf deine E-Mail, per Messenger, über LinkedIn sein, ein Telefonat oder direkt zu einer Terminbuchung führen.

1. **FORMAT**

Eine HTML E-Mail mit Bildern sieht zwar schön aus, wenn sie gestaltet wird, kann aber beim Empfänger:

- a. ganz anders ankommen
- b. als Werbung klassifiziert werden
- c. nicht durch den SPAM Filter vieler Firmen gehen und demzufolge nicht beim Empfänger ankommen.

Daher empfehle ich eine Plain-Text-E-Mail (Text ohne Bilder), die neugierig macht, sachlich ist und direkt auf den Punkt kommt. Natürlich ist das auch abhängig von der Zielgruppe, bei E-Mails an Firmen aber auf jeden Fall zu empfehlen.



2. Der **BETREFF** ist ausschlaggebend, ob deine E-Mail überhaupt geöffnet wird. Es empfiehlt sich eine Länge von 30 und 50 Zeichen, um den Empfänger kurz und knackig darüber zu informieren, worum es in der E-Mail geht.

Psychologische Trigger für den Betreff:

- Eigeninteresse
- Neugier
- Angebot
- Verknappung
- Menschlichkeit
- Neuigkeiten
- Soziale Bewährtheit
- Geschichte
- Spezifität
- Lösung

E-Mails mit Betreffzeilen, die suggerieren, dass sie mit dem Inhalt ein bestimmtes Problem lösen oder eine Herausforderung bewältigen können, werden vermehrt geöffnet.

3. Aufbau der E-Mail

- a. **INTRO:** Beginne mit etwas Persönlichem, was du in deiner Recherche über den potenziellen Kunden herausgefunden hast. Danach kannst du z. B. eine Frage oder einer Behauptung aufstellen, die auch gerne kontrovers sein kann, damit er/sie weiterliest.

Löse das im nächsten Satz auf und beschreibe, was du dazu beitragen kannst, das Thema zu lösen.

- Ich helfe, coache, unterstütze, berate, lehre, arbeite mit...
- Wem?
- Was optimierst du?
- Und wie? Welche Lösung bietest du?



- b. **Proof of concept:** Was befähigt dich? Welche Expertise hast du?
Am besten in einem Satz mit einem (Kunden)-Beispiel und Zahlen unterlegt.
- c. **CTA oder Call-to-Action:** Was soll der Leser jetzt tun? So einfach wie möglich halten, 1 Klick sollte zum Ziel führen.

4. **Signatur** - deine Absenderdaten

Vor- und Nachnamen

Firmenname / Stellenbezeichnung

Telefonnummer

E-Mail-Adresse und/oder Webseite

Social Media Links: LinkedIn

Wenn ein Thema oder eine Kampagne speziell beworben werden soll, ist eine Platzierung in der Fußzeile mit Link unter der Signatur zu empfehlen.

Eine E-Mail-Signatur muss rechtlich gesehen folgende Angaben enthalten:

- Vollständiger Firmenname (wie im Handelsregister eingetragen),
- Rechtsformzusätze (wie etwa die Bezeichnung "eingetragener Kaufmann" bzw. "e.K." oder "e.Kfm", "eingetragene Kauffrau bzw. "e.Kfr.", "offene Handelsgesellschaft" bzw. "OHG", "Kommanditgesellschaft" bzw. „KG“),
- Ort der Handelsniederlassung / Sitz der Gesellschaft (ladungsfähige Anschrift)
- das Registergericht
- die Nummer, unter der die Firma in das Handelsregister eingetragen ist
- bei Kapitalgesellschaften müssen zudem die Namen der vertretungsbefugten Geschäftsführer, Aufsichtsratsvorsitzenden und der Vorstandsvorsitzenden benannt werden.



ACHTUNG: Datenschutz

Die deutsche Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung von 2018 sieht vor, dass nur nach vorheriger Einwilligung Werbe-E-Mails versendet werden dürfen. Zu beachten ist auch die Datenspeicherung. Genaue Informationen dazu [hier](#)

Bei werblichen Nachrichten über die sozialen Netzwerke und auch über WhatsApp gelten grundsätzlich sehr ähnliche Datenschutzregeln. D. h. der Schutz der Person steht immer im Vordergrund. Da hier aber meist keine personenbezogene Datenspeicherung vorliegt, entfällt zumindest dieser Punkt.

ÜBUNG: Formuliere eine kurze Angebots-E-Mail (gerne in einem Google Doc)

BETREFF

TEXT

SIGNATUR