



SEMINARE

Korrespondenz Training

So bringen Sie Ihre Inhalte auf den Punkt

Ihre Mitarbeiter schreiben regelmäßig Briefe / E-Mails an Kunden, Lieferanten oder Texte für den internen Gebrauch. Sie möchten Ihre Mitarbeiter in der Korrespondenz professionalisieren, um Reklamationen oder zeitraubende Nachfragen zu vermeiden. Sie erstellen Pressemeldungen und texten eigene Produkt- und Marketingunterlagen.

In einem 2tägigen, firmeninternen Seminar lernen Ihre Mitarbeiter die Merkmale eines verständlichen und empfängerorientierten Textes kennen. Sie lernen, wie sie mit stilistischen Mitteln beim Leser Interesse wecken und ihn vom eigenen Anliegen überzeugen.

1. Lernziele

Die Geschäftspartner reagieren in Ihrem Sinne; Missverständnisse und Nachfragen werden vermieden; die Zahl der Reklamationen nimmt ab. Das Formulieren von Briefen, e-Mail, Pressemitteilungen und Marketingunterlagen geht leichter von der Hand und ist zeitsparender. Mit dem Brief als Visitenkarte verbessern Sie das Image Ihres Unternehmens.

2. Lerninhalte

- **Professionelle Korrespondenz**
Vom Sprechen und Schreiben
- **Kleine Entwicklungsgeschichte des heutigen Geschäftsbriefes**
Schreiben – ein Teil der Corporate Identity (CI)
Weg mit alten Zöpfen!
- **Die DIN-Vorschriften**
Definition DIN
DIN-Vorschriften für Geschäftsbriefe
DIN-Normen – ein MUSS für jede/n Briefschreiber/in?
Warum müssen wir unseren Korrespondenzstil ändern?
Die Rechtschreibreform – das Wichtigste in Kürze
- **Grundvoraussetzungen für den kundenorientierten Geschäftsbrief**
Wie formuliere ich? – Grundvoraussetzung: Die 5 W's
Das Leseverhalten des Menschen
Der moderne Geschäftsbrief – ein Werbebrief?



SEMINARE

- **Wie schreibe ich einen Geschäftsbrief?**
Pluspunkte sammeln mit AIDA
- **Wie sieht ein guter Geschäftsbrief aus?**
Der erste Eindruck ist entscheidend – der letzte Eindruck bleibt
- **Wie schreibe ich einen Geschäftsbrief „mit Stil“?**
- **Globalisierung – Korrespondenz auf Englisch**
Regeln für den angloamerikanischen Geschäftsbrief
- **Briefkultur und E-Mail - ein Widerspruch?**
Die Bedeutung von E-Mails
Briefkultur im Geschäftsbrief und im E-Mail
DIN-Vorschrift für E-Mails
Die professionelle E-Mail-Korrespondenz
„Flaming“ und „Spamming“
- **Der professionelle Pressebericht**
- **Texten im Marketing**
Info-Texte
Broschüren
Dokumentationen

3. Methodisches Vorgehen

Vortrag, Übungen, Fallbeispiele aus der Praxis,

4. Ihr Nutzen

Im Seminar lernen die Teilnehmer – Vertriebs-, Presse-, Marketingmitarbeiter, Sekretariat – das geschriebene Wort zielgerichtet und individuell einzusetzen

5. Teilnehmerzahl und Dauer

Da großen Wert auf das Üben gelegt wird, sind max. 12 Teilnehmer und ein Zeitraum von 2 Tagen vorgesehen.

Termine:

Für aktuelle Termine und eventuelle Terminänderungen siehe:
http://www.foreward.de/aktuelle_seminartermine.htm