

# Kommunizieren gehört zum Handwerk

**Jede E-Mail an einen Kunden ist eine Chance: Sie kann Vertrauen aufbauen und zum nächsten Auftrag führen. Lesen Sie, wie Sie E-Mails kundenfreundlich schreiben.**

## E-Mails: So sprechen Sie Ihre Kunden gewinnend an



Text: Dr. Doris Martin  
Sie ist Werbetexterin und entwickelt Infomaterial und Webinhalte für Betriebe. [www.dorismaartin.de](http://www.dorismaartin.de)

Vor allem Privatkunden erteilen einen Auftrag am liebsten, wenn sie das Gefühl haben: Neben Preis und Leistung stimmt auch die Chemie. Die folgende E-Mail eines Rolladenbauers an eine Kundin zeigt, wie Sie mit den richtigen Worten die Kundenbindung stärken.

**Die Vorgeschichte:** Ein Rollladenbauer hat an mehreren Fenstern eines Einfamilienhauses neue Rollladengurte und Edelstahlblenden eingebaut. In einer E-Mail bestellen die Kunden zwei weitere Blenden und möchten wissen, ob der Austausch der Blenden auch einen Austausch der Gurte erfordert. Das schreibt der Rollladenbauer:

Guten Morgen, liebe Frau Beispiel, ❶

wir freuen uns sehr, dass Ihnen unsere Einbauten so gut gefallen! ❷

Natürlich ist es kein Problem, nur die Blenden zu tauschen. Wir demontieren dazu Ihre vorhandenen Gurte und Gurtwickler und bauen sie wieder ein. Das geht ganz fix. ❸

Die Größe, die Sie benötigen (165 mm), ist zurzeit ausverkauft, aber in der Neubestellung. Wir rechnen mit der Lieferung Mitte November 2013 und melden uns dann gleich bei Ihnen. ❹

Was halten Sie davon? Wir freuen uns, von Ihnen zu hören. ❺

Beste Grüße nach Musterhausen  
Volker Vorbild

PS Wussten Sie eigentlich? Auch Ihre Lichtschächte im Keller können Sie mit einer Edelstahlabdeckung schützen. Mehr dazu zeigt Ihnen die beiliegende Broschüre. ❻

❶ Die Anrede „Sehr geehrte Frau Muster“ ist immer richtig. In E-Mails sind aber auch andere Varianten möglich. Wenn Sie mit einer Kundin schon erfolgreich gearbeitet haben, darf die Anrede ruhig etwas persönlicher sein.

❷ Der erste Satz macht gute Laune: Er erinnert die Kundin an die schöne Neuerung in ihrem Haus und wirbt zugleich dezent für den Betrieb. Übrigens: Ein Beginn mit „ich“ oder „wir“ ist heute kein Fehler mehr.

❸ Der zweite Absatz beantwortet die Kundenfrage nach dem Erhalt der vorhandenen Gurte. Es stärkt die Kundenbindung, dass der Rolladenbauer erklärt, wie der Austausch der Blenden funktioniert.

❹ Professionell: die genauen Zeitangaben. So weiß der Kunde genau Bescheid – und der Betrieb erspart sich lästige Nachfragen. Auch gut: Das gewünschte Maß wird noch einmal genannt. Das gibt beiden Seiten Sicherheit.

❺ Formulieren Sie den letzten Satz so, dass Sie mit Ihrem Kunden im Gespräch bleiben. Die Frage „Was halten Sie davon?“ können Sie übrigens eins zu eins in Ihre Kommunikation übernehmen. Sie gibt dem Kunden das Gefühl, in alle Entscheidungen eingebunden zu sein und das letzte Wort zu haben.

❻ Das PS bietet eine ausgezeichnete Möglichkeit, auf weitere Angebote aufmerksam zu machen. Schneiden Sie das Angebot möglichst individuell auf den jeweiligen Kunden zu. Desto leichter kommen Sie ins Geschäft.

Dies ist ein Service Ihrer  
Handwerkskammer Lübeck

Bei Fragen zum Newsletter wenden Sie sich bitte an  
Telefon 0451 1506-191

Aus Gründen der Lesbarkeit wird lediglich die männliche Schreibweise angegeben. Sie steht stets stellvertretend für die weibliche und männliche Bezeichnung.

Impressum  
Herausgeber:  
Handwerkskammer.de  
c/o Handwerkskammer für München und Oberbayern  
Max-Joseph-Straße 4 · 80333 München  
Telefon 089 5119-0 · Fax 089 5119-295  
[info@hwk-muenchen.de](mailto:info@hwk-muenchen.de) · [www.hwk-muenchen.de](http://www.hwk-muenchen.de)  
Inhaltlich verantwortlich gemäß §55 II RStV/Art 8 BayPrG:  
Dr. Lothar Semper, Hauptgeschäftsführer  
Stand: August 2013