salegro
sales growth solutions

Checkliste Kundenkontakt

Kundenorientierte E-Mails (1/2)

1. Response: Über E-Mail Kunden binden

Alle Mitarbeiter repräsentieren unser Unternehmen auch über die elektronische Kommunikation. Höflichkeit und Vollständigkeit sowie Schnelligkeit und Genauigkeit sind Aushängeschilder, auf denen beim Kunden grundsätzlich der Name unserer Firma steht. Werden E-Mails zu spät, unvollständig, gar nicht oder unhöflich beantwortet, wirft das ein schlechtes Licht auf unsere Firma. Auch der elektronische Kontakt ist eine wichtige Verknüpfung zum Kunden. Es lohnt sich, hier Zeit zu investieren.

2. Antwortzeit

Die eintreffenden Mails werden innerhalb von ideal 2 Stunden und maximal 24 Stunden beantwortet. Je schneller, desto besser.

3. Anrede

Wir als Sender sprechen den Empfänger zu Beginn der Mail höflich an. Wenn der Absender eine Anrede benutzt hat, kann diese auch für unsere Antwort verwendet werden: Sehr geehrter Herr/Frau, Lieber Herr/Frau, Hallo Herr/Frau, Prinzipiell gilt bei Mails (fast) nichts anderes als im übrigen Schriftverkehr, außer dass bei sehr gutem Kontakt die etwas salopperen Grußformeln verwendet werden („Hallo", ggf. die Tageszeit etc.).

4. Betreff

Die Betreffzeile ist ausschlaggebend dafür, ob die E-Mail gelesen wird. Der Betreff sollte kurz und themenbezogen eindeutig sein. „Guten Morgen" oder „Frage" sind nicht sinnvoll.

5. Inhalt

Auf die Ausgangsfrage wird Bezug genommen, wichtige Teile der Frage eventuell wiederholt. Spätestens im zweiten Satz sollte die Antwort/ das Thema beginnen.

Details

- Werden vom Absender zwei oder mehr Themen gleichzeitig angesprochen, sollte jedes Thema in einer extra E-Mail beantwortet werden.
- Die Betreffzeile sollte auf den entsprechenden Teil der Anfrage Bezug nehmen.
- Auf eine längere Anfrage erfolgt eine eher ausführliche Antwort, kurz, aber nicht knapp, um dem Fragenden nicht das Gefühl von Unwichtigkeit seiner Frage zu vermitteln.
- Der Ansprechpartner bei uns in der Firma benutzt höfliche, freundliche Formulierungen und schreibt ganze, verständliche Sätze. Der Ton der Antwort ist immer positiv und zuvorkommend.

salegro
sales growth solutions

Checkliste Kundenkontakt

Kundenorientierte E-Mails (2/2)

- Wie im Schriftverkehr wird auch bei E-Mails Groß- und Kleinschreibung verwendet.
- Achtung: Reine GROSSBUCHSTABEN werden als Schreien interpretiert.
- Kurze Absätze und kurze Sätze sorgen für Übersichtlichkeit. Die Zeilen sollten zwischen 65 und 75 Zeichen lang sein. Mit Return wird eine neue Zeile angefangen. Die Lesebreite wird allerdings oft vom System bestimmt bzw. ist verstellbar. Absatzbildungen mit Return greifen aber immer.
- Auf Sonderzeichen und Formatierungen sollte verzichtet werden, da manche E-Mail-Clients E-Mails nur als reinen Text ohne spezielle Attribute erhalten.
- Falls die Beantwortung der Frage mehr Zeit benötigt, wird der Absender darüber informiert.

6. Höfliche Verabschiedung

Die Schlussformel sollte sich an der Anrede orientieren.

- Informell (Beispiel):
  Viele Grüße
  Vorname Nachname
- Formell (Beispiel)
  Falls Sie noch Fragen haben, stehe ich/ stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung.
  Mit freundlichen Grüßen
  Vorname Nachname

  Anschließend für eventuelle Rückfragen die Signatur (kann man fest einspeichern):
  Vorname Nachname
  Kontaktdaten

7. Adresse

Empfänger sollten genau ausgewählt sein. Bestimmte Fragen müssen nicht gleich an den obersten Boss gestellt werden. Cc zu verschicken ist nur dann sinnvoll, wenn die Informationen für diese Personen auch wirklich sinnvoll und wertvoll sind. E-Mails an ganze Verteiler sollten mit Vorsicht genossen werden, vor allem, wenn sie Werbung, Meinungsmache oder große Attachments beinhalten. Kettenbriefe und Massensendungen sind nicht gerne gesehen.

8. Anhänge

Zusatzinformationen als Attachments sollten im normalen Geschäftsverkehr vermieden bzw. sehr gezielt genutzt und nicht zu groß sein (Richtgröße z. B. nicht über 1 MB).

9. Sicherheit

E-Mail-Adressen sollten genau geprüft werden, ebenso die Attachments, über die sich häufig Viren verteilen.