**Kalt-Akquise per E-Mail: Kostenlose Vorlagen für Einzelunternehmer im Dienstleistungsbereich**

Unsere Mission bei [Zervant](https://www.zervant.com/de/?utm_source=blog&utm_medium=template&utm_campaign=othertemplate) ist es UnternehmerInnen zum Erfolg zu helfen. Aus diesem Grund haben wir einen Guide mit Vorlagen für deine Kalt-Akquise erstellt, den du völlig kostenlos herunterladen kannst.

In diesem Guide findest du:

* 5 praktische Vorlagen für den Versand von E-Mails zur Kalt-Akquise
* 3 häufige Fehler, die Unternehmer beim Schreiben von Akquise-E-Mails machen und wie du sie vermeidest
* Der wichtigste, jedoch so oft vergessene Teil einer Akquise-E-Mail, der deine Antwortrate drastisch erhöhen wird.

**3 häufige Fehler beim Schreiben von Outreach E-Mails und wie du sie vermeidest**

**1. Es dreht sich alles nur um dich**

Klar, der Zweck deiner E-Mail ist es Leute für dich und deine Services zu begeistern, oder zumindest neugierig zu machen. Wir Menschen sind jedoch immer am meisten an uns selbst, unserer Arbeit und unserem Leben interessiert. Anstatt nur über dich selbst und was du alles Tolles auf die Beine stellen kannst zu schreiben, lege deinen Fokus auf deinen potentiellen Kunden. Stelle Fragen, erwähne, dass du früher bereits ein Kunde der Firma warst, gratuliere zum Artikel in einem Magazin, dem Erhalt einer Investition oder wie toll ihre Website ist – schreibe über was auch immer Positives du über die Firma finden kannst. Dabei handelt es sich hier nicht um falsches Lob. Es geht darum aufmerksam zu sein und echtes Interesse an deinem Kontakt zu zeigen.

**2. Du schreibst wie ein Roboter**

Nur weil es sich um Business handelt, heißt das noch lange nicht, dass wir unsere Menschlichkeit verstecken müssen. Du schreibst zwar eine professionelle Outreach E-Mail nicht auf die gleiche Weise, wie du eine WhatsApp Nachricht an eine Freundin schicken würdest, dennoch ist es möglich eine Balance zwischen diesen beiden Welten zu finden. Du kannst professionell und freundlich zugleich schreiben - dies steht in keinem Widerspruch zueinander. Wie so oft im Marketing kommt es darauf an, in welcher Branche du und dein potentieller Kunde tätig sind, und wie alt dein Kontakt ist. Mache jedoch nicht den Fehler zu glauben, dass du wie ein “Großkonzern-Roboter” klingen musst.

**3. Du hast keinen Elevator Pitch**

Ein Elevator Pitch ist eine Zusammenfassung über dich und dein Business. Für gewöhnlich ist er so kurz, dass du einen Überblick über deine Arbeit in der kurzen Zeitspanne einer Aufzugfahrt (deshalb der Name “Elevator” Pitch) geben kannst. Im Grunde bedeutet es, dass du in der Lage sein musst deine Arbeit in einem bis max. 3 Sätzen zu erklären. Es ist wichtig, dass du dich kurz und einfach hältst. Leute haben viel zu tun! Wenn du sie verwirrst, dann verlierst du sie.

**Der wichtigste, jedoch so oft vergessene, Teil einer Outreach E-Mail, die deine Antwortrate drastisch erhöhen wird.**



Gib ihnen einen Aufruf zum Handeln, einen sogenannten Call-to-Action!

Einen Call-to-Action (kurz CTA) zu geben, ist nicht nur ein wesentlicher Bestandteil deiner E-Mails, sondern auch für alle Texte und Inhalte, die du veröffentlichst. Was möchtest du, dass deine Kontakte tun, nachdem sie deine E-Mail gelesen haben? Sollen sie dich anrufen? Sollen sie dir eine Antwort auf deine E-Mail schreiben? Sollen sie deine Webseite besuchen? Sollen sie dir mehr Infos zu ihrem Unternehmen geben? Was auch immer es ist, sag es Ihnen! Wir sind alle überwältigt von Ablenkungen und ertrinken in einer Flut von Informationen. Wir schätzen Menschen, die direkt sind, die Sache auf den Punkt bringen und sagen, was wir tun sollen - das spart uns nämlich Zeit und Energie. Lass deinen Kontakt nicht herumraten, was er/sie als nächstes tun soll. Das ist der beste Weg einen Deal zu verlieren. Die Lösung ist einfach: Gibt ihnen einen Aufruf zum Handeln, einen Call-to-Action!

**5 kostenlose Vorlagen für deine Kundenakquise-E-Mail**

## 1. Nimm den ersten Kontakt auf

Selbst nach gründlicher Recherche kann es sein, dass du einfach nicht weißt, wen du in einer Firma kontaktieren sollst. Kein Problem - dafür gibt es eine einfache Lösung: Frag einfach nach!

*{Hallo …-Team / Sehr geehrte Damen und Herren}*

*Ich mache gerade eine Recherche über Ihr Unternehmen, um herauszufinden, ob Sie einen Bedarf an {erkläre dein Angebot/Service in ein paar Worten} haben?*

*Ich würde mich sehr freuen, wenn Sie diese E-Mail an die richtige Ansprechperson für meine Anfrage weiterleiten könnten?*

*Vielen Dank im Voraus / Beste Grüße / Mit lieben Grüßen*

*{dein Name}*

## 2. Suche nach einem Aufhänger

Wie bereits erwähnt ist es wichtig, echtes Interesse an deinem Kontakt zu zeigen. Wenn es etwas gibt was dich an dieser Person/Firma interessiert bzw. fasziniert, dann benutze dieses Etwas in deiner Outreach E-Mail. Das kann z.B. ein Feature in einem Magazin sein, ein interessanter Blogartikel von der Person/Firma, eine vor kurzem erhaltene Investition, eine Kundengeschichte, oder ganz einfach eine kurze Erklärung, wie du auf die Firma gestoßen bist.

*{Hallo …-Team / Sehr geehrte Damen und Herren}*

*Ich bin vor kurzem auf den von {Name des Unternehmens, an das du schreibst} verfassten Artikel {Titel des Artikels} auf {Name der Plattform} gestoßen. {Einen Satz über den Grund, warum dich dieser Blogartikel interessiert und was du daran gut findest}.*

*Ich/Mein Unternehmen hilft Firmen wie {Name des Unternehmens} bei {erkläre dein Angebot/Service in ein paar Worten}. Ich hätte ein paar Ideen wie Sie {das von dir erkannte Problem/Verbesserungspotential} lösen bzw. besser umsetzen könnt. Falls Sie Interesse haben, können wir das gerne in einem kurzen Telefonat genauer besprechen.*

*Haben Sie diese Woche Zeit für ein 10/20/30-minütiges Gespräch?*

*Ich freue mich auf Ihre Rückmeldung!*

*Vielen Dank im Voraus / Beste Grüße / Mit lieben Grüßen*

*{dein Name}*

## 3. Erwähne einen Namen

Netzwerken und der persönliche Austausch mit Menschen sind genauso wichtig, wie das Schreiben von guten E-Mails. Wenn du über einem Bekannten von einem Unternehmen hörst, welches ein potentieller Kunde für dich sein könnte, dann frage ganz einfach, ob du ihren/seinen Namen bei der Kontaktaufnahme erwähnen darfst. Somit baust du von der ersten E-Mail an Vertrauen bei deinem Empfänger auf (du kennst jemanden aus der Firma bzw. jemand, der mit der Firma in Kontakt war). Das kann deine Chancen für eine positive Antwort erheblich erhöhen.

*{Hallo …-Team / Sehr geehrte Damen und Herren}*

*Ich habe mit {Name deines Bekannten} heute auf dem Event {Name der Veranstaltung} gesprochen und sie/er hat mir erzählt, dass Sie {beschreibe das Thema/Problem, über das du mit deinem Bekannten gesprochen hast} haben.*

*Ich habe einen Blick auf Ihre Webseite geworfen und ein paar Ideen zu {Thema/Problem, bei dem du helfen kannst}. Zum Beispiel könnten Sie {gib einen kurzen Vorschlag, wie sie das Problem lösen könnten}.*

*Falls Sie Hilfe bei diesem Thema brauchten kann ich Sie gerne dabei unterstützen. Der Fokus meiner Tätigkeit liegt auf {beschreibe deine Dienstleistungen/Services}.*

*Haben Sie Interesse an einem unverbindlichen Telefonat diese Woche?*

*Ich freue mich auf Ihre Rückmeldung.*

*Vielen Dank im Voraus / Beste Grüße / Mit lieben Grüßen*

*{dein Name}*

## 4. Denke daran, nochmal nachzufragen

Wahrscheinlich wirst du auf deine erste E-Mail noch keine Antwort erhalten. Lass dich nicht entmutigen - schreibe ganz einfach eine zweite E-Mail. Diese sogenannten Follow-up-E-Mails sind freundliche Erinnerungen an deine erste E-Mail. Menschen haben viel zu tun und deine erste E-Mail kann ganz einfach im Posteingang untergegangen sein. Hier ist ein Beispiel, wie du so ein Follow-Up schreiben kannst:

*{Hallo …-Team / Sehr geehrte Damen und Herren}*

*Ich habe vor Kurzem versucht, mit Ihnen in Kontakt zu treten um herauszufinden, ob Sie einen Bedarf an {beschreibe hier kurz deine Dienstleistungen/Services} haben.*

*Wenn Sie kein Interesse daran haben, oder jemand anderes für solche Anfragen zuständig ist, würde ich mich sehr über eine kurze Antwort freuen.*

*Falls ein Bedarf besteht, können wir uns gerne diese Woche telefonisch darüber unterhalten, um herauszufinden. Wäre der kommende Donnerstag ein passender Tag für Sie?*

*Vielen Dank im Voraus / Beste Grüße / Mit lieben Grüßen*

*{dein Name}*

## 5. Mache dich auf eine Abschiedsnachricht gefasst

Obwohl wir empfehlen hartnäckig und optimistisch zu bleiben, kommt früher oder später der Moment, wo du akzeptieren musst, dass diese Firma nicht an deinen Angeboten interessiert ist bzw. keinen Bedarf an deinen Dienstleistungen hat. In diesem Fall kannst du ihnen eine “Abschiedsnachricht” schicken. Falls alle deine vorherigen E-Mails ignoriert wurden, kann es sein, dass du mittlerweile etwas missmutig auf deinen Kontakt zu sprechen bist. Bleibe professionell und lass dir deine Wut oder Enttäuschung nicht in deiner E-Mail anmerken. Du weißt nie, wo sich eure Pfade wieder kreuzen werden.

*{Hallo …-Team / Sehr geehrte Damen und Herren}*

*Leider ist es uns nicht gelungen ein Gespräch in die Wege zu leiten, was wahrscheinlich an einem dieser beiden Gründe liegt: Entweder ist gerade ein schlechter Zeitpunkt oder Sie haben ganz einfach keinen Bedarf an meinen Angeboten/Services.*

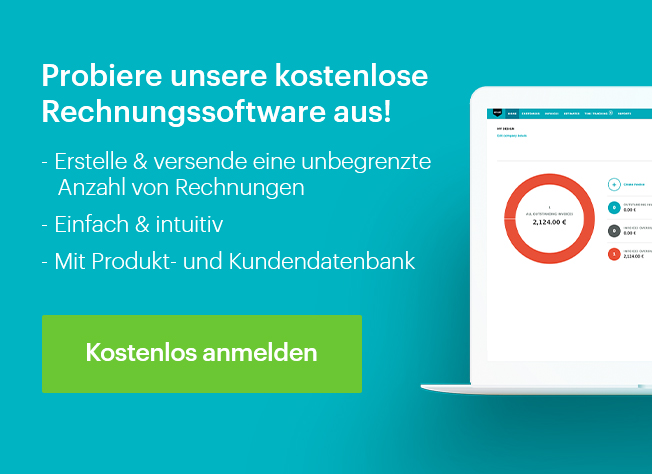
*In beiden Fällen möchte ich Ihre Zeit respektieren und werde Sie ab sofort nicht mehr anschreiben.*

*Falls Sie Ihre Meinung ändern sollten, können Sie mich jederzeit unter dieser E-Mail-Adresse erreichen.*

*Vielen Dank im Voraus / Beste Grüße / Mit lieben Grüßen*

*{dein Name}*

**Wir wünschen dir viel Erfolg und Kunden für dein Business! Wenn du dann soweit bist deinen glücklichen Kunden eine Rechnung zu schicken, sei schlau und wähle eine einfache Rechnungssoftware, so wie** [**Zervant**](https://www.zervant.com/de/?utm_source=blog&utm_medium=template&utm_campaign=othertemplate)**.**

[](https://secure.zervant.com/login/signup/de?utm_source=blog&utm_medium=template&utm_campaign=othertemplate)