

MAILINGS**Mailing kreativ****Special****Die Ideenfundgrube • Teil 3:
So werden Ihre Mailings zum Liebling der Empfänger**

Damit Ihr Mailing zum Liebling der Empfänger werden kann, muss es gut getextet sein und auf einer zündenden Idee aufbauen. Doch wo und wie entstehen diese zündenden, kreativen Ideen?

In Japan reicht jeder Mitarbeiter im Durchschnitt 40 Ideen jährlich ein, die Gewinn bringend für die Unternehmensziele umgesetzt werden. Und was glauben Sie, wie viele Gewinn bringende Ideen jährlich in Deutschland von einem Mitarbeiter bei der Geschäftsleitung eingereicht werden? In Deutschland bringen fünf Mitarbeiter eine solche Idee jährlich vor. Woran liegt das? Eine Antwort ergibt sich, wenn man hinterfragt, wo kreative, Gewinn bringende Ideen entstehen.

In Japan entstehen die meisten Ideen in Kreativitätssitzungen. Verschiedene Studien zeigen, dass in Deutschland nur ein Prozent der Ideen mit Hilfe von Kreativitätstechniken entstehen. Das liegt daran, dass sie kaum bekannt sind und nicht angewendet werden. Unsere Welt hat sich allerdings in den letzten fünf Jahren mehr verändert als in den 30 Jahren davor. Das Wissen verdoppelt sich alle drei Jahre. Die Welt wird kleiner und Reaktionen brauchen oft nur noch einen Mausklick. Ergebnisse müssen heute schneller erzielt und Probleme sofort erkannt und gelöst werden. Es ist nicht allein entscheidend, „die richtige Lösung zu finden“, sondern auch „die richtige Lösung schneller zu finden als der Wettbewerb“. Die Kreativität wird so immer mehr zu einer der bedeutenden Fähigkeit eines jeden Mitarbeiters. Ein unflexibles, ideenarmes Unternehmen wird in unserer schnellen Welt nicht lange überleben.

Häufig werden bei Problemen die Ursachen nicht nachhaltig beseitigt, mit dem Ergebnis, dass das Problem nach einiger Zeit wieder auftritt. Mit Kreativitätstechniken können Sie den Problemen auf den Grund gehen. Studien belegen, dass man mit Kreativitätstechniken Unternehmensziele schneller erreicht und Unternehmen, die mit diesen Techniken arbeiten, betrachten sie als unverzichtbar. Die Fähigkeit eines jeden Mitarbeiter Kreativitätstechniken erfolgreich einzusetzen, wird immer mehr zu einer notwendigen

Schlüsselqualifikation. Denn: Personen, die mit Kreativitätstechniken arbeiten:

- erreichen weitaus bessere Ergebnisse.
- erreichen schneller die Unternehmensziele.
- sparen sich bis zu 50 Prozent ihrer Zeit bei Aufgaben, Konzeptionen, Problemlösungen.
- bringen originelle/verkaufstarke Ideen hervor.
- arbeiten ergebnisorientiert im Team.
- leiten Konferenzen/Besprechungen erfolgreich.
- erlangen eine wichtige Schlüsselqualifikation.
- erzielen in kürzester Zeit Höchstleistungen.

In den letzten Folgen haben sie die Techniken „Mind Mapping“ und „Denkhüte“ kennengelernt. Heute möchte ich Ihnen die **Flip-Flop-Technik** vorstellen.

Methode

Die Methode basiert auf einer uralten Fähigkeit des Menschen, die uns früher oft das Leben gerettet hat: Negatives schnell zu erkennen. In der Flip-Flop-Technik sucht man immer das Gegenteil des gewünschten Ergebnisses. Beispiel: sie wollen Ihren Umsatz steigern – dann lautet die Aufgabenstellung dieser Methode: Was muss ich tun, damit der Umsatz zurückgeht?

Vorteile

Negatives fällt jedem sehr schnell und einfach ein – dies führt in kurzer Zeit zu vielen Ideen. Außerdem setzt man niemanden unter Erfolgszwang bzw. unter Stress, dessen Folge eine Denkblockade ist: Unser Gehirn hat ca. 100 Milliarden Gehirnzellen (Neuronen), die über Axone (Leitungen) miteinander verbunden sind. An den Verbindungspunkten (Synapsen) muss der synaptische Spalt überwunden werden. Beim „Denken“ fließt hier ein elektrischer Impuls – ein Tausendstel der Spannung einer Steckdose – von Zelle zu Zelle. Dabei können gleichzeitig Millionen von Gehirnzellen aktiviert werden. Bei Stress setzt sich Adrenalin frei und blockiert den Denkprozess (Black out/Denkblockade). Ursprünglich hatte dieser Mechanismus eine Schutzfunktion: als wir noch Säbelzähntigern begegneten, hat der Adrenalin-Ausstoß dafür gesorgt, das wir nicht lange überlegt haben

und wir nur noch zwischen Angriff oder Flucht wählen konnten. Was damals eine überlebenswichtige Schutzfunktion war, ist heute ein lästiges Übel. Und da diese „Denkblockade“ bei der Flip-Flop-Technik nicht einsetzt, sind alle Beteiligten mit Eifer und voller Freude dabei!

Ablauf der Sitzung

Diese Informationen hat jeder Teilnehmer vor der Sitzung (Bsp.):

- Thema: Nachbearbeitung einer Mailingaktion.
- Ausgangssituation: 5.000 Mailings an Interessenten aus Messenkontakten
- Produkt: Rattanmöbel mittlerer Preisklasse
- Mailing: Aktion Sofa 50 Prozent günstiger und Ratgeber anfordern „66 Pflgetipps für Rattanmöbel“.
- Response: Ein Prozent kauften sofort das Sofa, 1.000 wollten den Ratgeber.

Die Aufgabenstellung lautet nun: „Was müssen wir tun, damit die Nachbearbeitung dieser Mailingaktion, das Versenden des Ratgebers/Liefern des Sofas, zu einem Flop wird?“ Nehmen Sie jetzt Papier und Bleistift und schreiben in zwei Minuten auf, was Ihnen dazu einfällt. Wie ist es Ihnen ergangen? Die Antworten von unseren Seminarteilnehmern lauten immer wieder gleich: „Verblüffend einfach!“ Innerhalb kürzester Zeit sprudeln die tollsten Ideen, wie man Umsatz vernichtet und Mailingaktionen zum Scheitern bringt.

Hier eine kurze Auflistung dieser Ideen:

Zu lange warten bis der Ratgeber verschickt wird, kein nettes Anschreiben, Namen und Anschrift des Kunden falsch schreiben, Rechtschreibfehler im Brief, schlechten Brief texten, hohe Nebenkosten für Versand etc. verlangen, schlechte Spediteurleistung, schlechte Verpackung, schlechtes Sofa, schlechter Ratgeber, kein Dankeschön für Auftrag sofort nach Bestelleingang, kein Nachmailing, keine Bestellauforderung in Antwort, keine neuen Zusatzinformationen, ...

Bewertung

Zuerst bestimmen Sie die Ist-Situation. Dazu gehen Sie alle Punkte durch und prüfen, was von dieser Sammlung negativer Punkte zutreffend ist. Oft schleichen sich negative Dinge ein, ohne dass wir dies bewusst wahrnehmen – diese Punkte müssen sofort geändert werden. Im zweiten Schritt kehren Sie jetzt alle Negativargumente in positive um. Aus „schlechter

Brieftext“ wird jetzt „guter Brieftext“. Diese positiven Punkte setzen sie dann ganz bewusst als Verstärker ein.

Ergebnis

Alle Teilnehmer der Sitzung wissen jetzt ganz genau, was zum Misserfolg der Aktion führt und was man unbedingt vermeiden sollte. Der selbstkritische „Aha-Effekt“ ist für viele Mitarbeiter eine viel heilsamere Erfahrung als die Ermahnung von oben. Mit der Flip-Flop-Technik erhalten Sie eine umfangreiche „To-Do-Liste“ für ihre zukünftigen Mailings. ■



Links: Claudia Bayerl, Geschäftsführerin der Textakademie, Trainerin und Experte für Kreativitätstechniken und deren Umsetzungserfolge.

Mitte: Rudolf Bayerl, Beirat der Textakademie, ebenfalls Trainer und Spezialist für Kreativitätstechniken.

Rechts: Stefan Gottschling, Geschäftsführer der Textakademie, Trainer und Experte Text und Neue Medien.

In eigener Sache

An dieser Stelle möchten wir uns bei Ihnen für die zahlreichen Fragen und Erfahrungsberichte bedanken. Wir haben für die Leser von Praxisletter Mailings einen besonderen Service eingerichtet: Sie können kostenlos die **Checkliste für die Flip-Flop-Technik und die Demoversion der PC-Version von „Mind Mapping“** anfordern.

Da viele Anfragen der Praxisletter Mailings-Leser nach unseren Seminaren **„Kreativitätstechniken“ und dem „Texterseminar“** mit Stefan Gottschling angekommen sind, erhalten alle Leser einen Seminarrabatt von **10 Prozent bis 31.12.2001** auf unsere Seminare, sofern noch Plätze und Termine frei sind. Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Ausprobieren Ihrer Kreativitätstechniken und freuen uns von Ihnen zu hören, wie es geklappt hat.

Kontakt: Die Textakademie,
Tel.: 08 21/56 777 65, Fax: 08 21/56 777 64
oder E-Mail an Bayerl@textakademie.de.

Stichwort: „Praxisletter Mailings“ nicht vergessen!