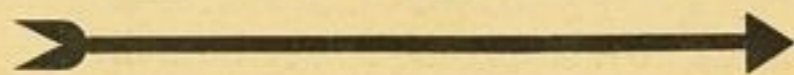


Die neue 4. Auflage ist ein guter Anlaß

Ihren kaufmännischen Kunden **so** zu schreiben:



*Das ist der beklagenswerte Mann
der sich noch selbst den Kopf zerbrechen muss
nach neuen Ideen für Mahnbriefe, die wirken sollen.*

Sie finden ihn auch in Ihrer Mahnabteilung vertreten. Je mehr er die Stirne runzelt, umso weniger Briefe bringt er fertig. Füllen Sie also seinen Kopf mit neuen Gedanken durch das neue Buch "Mahnbriefe, die Geld bringen!" Es ist das einzige Buch, das in 229 immer wieder von neuen Ideen sprühenden Musterbriefen zeigt, wie man – so wie es der Amerikaner vortrefflich versteht –, einen Kunden durch psychologische Behandlung zum Zahlen bringen kann. Weg mit wirkungslosen Phrasen und Drohungen! Nur 4 Stunden Leerlauf in der Woche braucht der Leser des Buches zu sparen und der Kaufpreis von RM. 9.– ist eingebracht.

Mahnbriefe, die Geld bringen!

Von Tregoe, Whyte und Schirmer. 330 Seiten. Ganzleinen. Preis RM. 9.–

**229 psychologische Mahnbriefer
neuer Art, die den Schuldner packen!**

Aus dem Inhalt des Buches:

Einleitung

1. Der alte Mahnbrief

Von Dr. Alfred Schirmer

2. Der neue Mahnbrief

Von J. H. Tregoe und John Whyte
Allgemeiner Plan dieses Buches
Kurze Beschreibung des Gesamtinhalts nach diesem Plan.
Gute Mahnbriefer des Großhandels
Gute Mahnbriefer des Einzelhandels
Briefwechsel über fällige Rechnungsbeträge aus dem Groß- und Einzelhandel
Gedruckte Mahnkärtchen, originelle und humoristische Briefe
Schemabriefe und Vordrucke
Mangelhafte Mahnbriefer des Groß- und Einzelhandels
Beschreibung eines guten Mahnbriefes
Die Psychologie eines guten Mahnbriefes
1. Stelle dir deinen Kunden leibhaftig vor
2. Schreibe individuell
3. Schreibe persönlich im Stil
4. Leibhaftig vorstellen, individuell und persönlich schreiben
Einige Verbote fürs Mahnbriefer schreiben
1. Vermeide, wenn irgend möglich, die Verwendung von Vordrucken
2. Vermeide schablonenhafte Wendungen
3. Vermeide Unaufrichtigkeiten
4. Vermeide verzuckerte Redensarten, schreibe vielmehr ehrliches, gerades Deutsch
Wende dich an das Ehrgefühl, den Gerechtigkeitssinn und das eigene Interesse deines Kunden
1. Betone die vertragliche Verpflichtung
2. Achte das Ehrgefühl des Schuldners
3. Vermeide einen moralisch überlegen tuenden Ton

4. Appelliere an den Gerechtigkeitssinn deines Kunden
5. Appelliere an seinen Kreditruf und an sein eigenes Interesse
Beachte psychologische und wirtschaftliche Gesichtspunkte beim Einziehen überfälliger Forderungen
Mahnbriefe sollen zur richtigen Zeit geschickt werden
Ermutige aber auch nicht selber deine Kunden zu unpünktlicher Bezahlung
Verkaufskunst und Dienstbereitschaft in Mahnbriefern
Die „Sie“-Einstellung
Weitere Eigenschaften eines Mahnbriefes
1. Wie lang soll ein Mahnbrief sein?
2. Mache reichlichen Gebrauch von Absätzen
3. Außere Aufmachung
Zusammenfassung

3. Mahnbriefer des Einzelhandels

Von J. H. Tregoe und John Whyte

Die Privatrechnung
Gründe für die verhältnismäßig große Unpünktlichkeit bei der Bezahlung von Privatrechnungen
1. Die vertragliche Verpflichtung ist bei einer Privatrechnung weniger augenscheinlich
2. Die Verkaufsbedingungen sind biegsamer
3. Die Konkurrenz des Einzelhandels wohnt näher beieinander
4. Es besteht weniger Veranlassung zu pünktlicher Bezahlung
5. Es ist Abneigung vorhanden, schon verbrauchte Waren zu bezahlen
6. Privatkunden sind weniger sorgfältig in der Aufstellung ihres Budgets
7. Privatkunden sind empfindlicher als kaufmännische Kunden
Die Notwendigkeit der Höflichkeit
Äußere Form des Mahnbriefes im Einzelhandel

Saisonschwankungen im Einzelhandel
Zusammenfassung

Beispielsammlung

I. Teil: Mahnbriefer des Großhandels

1. Briefe über kleinere verfallene Kontobeträge
2. Briefe über Skonto und Verzugszinsen
3. Briefe, die an den Stolz, das Gerechtigkeitsgefühl, das Ehrgefühl und das eigene Interesse des Schuldners appellieren
4. Briefe, die die Mahnung mit einem Angebot verbinden
5. Briefe wegen Verlängerung des Zahlungsziels
6. Verschiedenartige Briefe

II. Teil: Mahnbriefer des Einzelhandels

1. Briefe, die an die Zahlungsbedingungen erinnern
2. Briefe über Zielverlängerung
3. Briefe, die auf die Mithilfe von Rechtsanwälten oder Eintreibbüros hinweisen
4. Verschiedenartige Briefe

III. Teil: Briefwechsel

1. Briefwechsel über die genauere Einhaltung der Zahlungsbedingungen
2. Briefwechsel über Skontoabzüge
3. Briefwechsel über Kapitalaufnahmen zur Beseitigung von Zahlungsstockungen
4. Briefwechsel, die geschäftliche Dienstbereitschaft zeigen
5. Verschiedenartige Briefwechsel
6. Briefwechsel aus dem Einzelhandel

IV. Teil: Gedruckte Mahnkärtchen

Originelle und humoristische Mahnbriefer
1. Gedruckte Mahnkärtchen (mit Abbildungen)
2. Originelle und humoristische Mahnbriefer
V. Teil: Schemabriefe und Vordrucke
VI. Teil: Mangelhafte Mahnbriefer

Unsere vorteilhaften Bezugsbedingungen, Werbemittel usw. siehe **Z** Verlag für Wirtschaft und Verkehr, Stuttgart, Pfizerstr. 7