

# Lokales Outreach Kit

Ein kurzes Playbook für lokale Akquise, die nicht automatisiert, aufdringlich oder spammy wirkt. Gemacht für realistische, nachhaltige Neukundengewinnung beim Aufbau einer Agentur oder Dienstleistung.

DE-CH - Swiss Signal Edition

## Wofür das gedacht ist

Um lokale Akquise sauberer zu strukturieren: passende Leads finden, schnell sinnvoll personalisieren, bessere Erstmails senden und Follow-up ohne Übertreibung machen.

## Für wen das gedacht ist

Agenturen, Freelancer, Berater und kleine Teams, die einige gute lokale Chancen eröffnen möchten, ohne nur auf Empfehlungen zu warten.

## Kernprinzip

Gutes lokales Outreach darf nicht automatisiert wirken. Es sollte zeigen, dass Sie etwas Reales gesehen, ein mögliches Problem verstanden und einen einfachen nächsten Schritt vorgeschlagen haben.

## Die 4 Regeln für sauberes Outreach

Nicht verhandelbar		
■	Nur Unternehmen anschreiben, die wirklich zur Leistung passen.	Gebiet, Grösse, Leistungsfit und wahrscheinlicher Bedarf zählen.
■	Immer von einer echten Beobachtung ausgehen.	Schwache Website, schwaches GBP, kein CTA, wenig Vertrauen, schwaches Follow-up usw.
■	Kurz und menschlich bleiben.	Oft reichen 6 bis 10 Zeilen.
■	Nur einen einfachen nächsten Schritt anbieten.	Kurzes Audit, kurzer Call oder ein nützlicher Hinweis — kein komplizierter Funnel.
■	Nicht zu stark nachdrücken.	Follow-up sollte begrenzt und glaubwürdig bleiben.

### Was Glaubwürdigkeit zerstört

Copy-Paste-Nachrichten, übertriebene Versprechen, arrogante Tonalität, leere "Gratis-Audits", lange E-Mails, schwache Sprache, kein Proof und aggressive Nachfass-Sequenzen.

---

## Die sauberste Methode

### 1. Identifizieren

Lokale Kontakte auswählen, die wirklich passen.  
Auf sichtbare Lücken achten: schwache Website, schwaches GBP, unklare Positionierung, wenig Vertrauen, schwacher CTA.

### 2. Angle festhalten

Einen Satz notieren: Was wurde gesehen und warum könnte es Anfragen kosten?

### 3. Kontakt aufnehmen

Eine kurze Nachricht mit echter Beobachtung und ruhigem Ton senden. Ziel ist, ein Gespräch zu öffnen — nicht sofort einen Verkauf abzuschliessen.

### 4. Nachfassen

Ein oder zwei saubere Follow-ups maximal. Danach weitergehen.

### Ein einfacher Outreach-Angle, der oft funktioniert

“Ich habe mir Ihre lokale Präsenz kurz angesehen und zwei bis drei einfache Punkte gefunden, die Anfragen bremsen könnten. Ich sende Ihnen gern eine kurze Zusammenfassung, falls hilfreich.”

---

## Beispiele für Nachrichten

### Kurze E-Mail

Guten Tag, ich bin bei der Recherche zu [Stadt / Branche] auf Ihr Unternehmen gestossen. Dabei sind mir zwei einfache Punkte aufgefallen, die Anfragen bremsen könnten — vor allem [Beobachtung 1] und [Beobachtung 2]. Wenn Sie möchten, schicke ich Ihnen gern eine kurze, praktische Einschätzung. Freundliche Grüsse,

### Kurze DM / Nachricht

Guten Tag, ich habe mir Ihre Online-Präsenz kurz angesehen und zwei bis drei einfache Verbesserungen erkannt, die Klarheit und Conversion stärken könnten. Wenn hilfreich, fasse ich Ihnen das gern kurz zusammen.

### Warum diese Nachrichten besser funktionieren

Sie bleiben kurz, konkret und nicht aufdringlich. Sie starten mit einer realen Beobachtung und schlagen einen leichten nächsten Schritt vor statt sofort einen schweren Pitch zu drücken.

---

## Checkliste vor dem Versand

### Schnell prüfen

■	Der Kontakt passt wirklich zur Leistung.	Nicht einfach "alle" anschreiben.
■	Die Nachricht enthält eine echte Beobachtung.	Das ist der Teil, der den Unterschied macht.
■	Die Nachricht bleibt kurz.	Luft für ein Gespräch lassen.
■	Es gibt nur einen nächsten Schritt.	Audit, Call oder kurzer Hinweis: eines reicht.
■	Die Signatur ist sauber.	Name, Rolle, Website, Domain-E-Mail, optional Telefon.
■	Sie wissen, was bei einer Antwort passiert.	Den nächsten Schritt nicht improvisieren.

### Empfohlenes Follow-up

Ein kurzes Follow-up an Tag 3 oder 5, danach höchstens noch ein letzter leichter Touchpoint. Kein Druck, keine endlose Sequenz.

---

## Realistischer 4-Wochen-Plan

### Woche 1

Eine kurze Liste mit 20 bis 30 passenden Kontakten aufbauen. Pro Kontakt eine echte Beobachtung notieren.

### Woche 2

Täglich 5 bis 10 saubere Nachrichten versenden. Qualität vor Menge.

### Woche 3

Antworten verfolgen, sauber nachfassen und die Nachricht anhand der Resonanz verbessern.

### Woche 4

Das verstärken, was echte Gespräche öffnet — und den Rest streichen.

### Sie möchten ein strukturierteres Vertriebssystem?

Swiss Signal Agency unterstützt Schweizer KMU dabei, Angebot, Vertrauen und lokale Akquise so aufzubauen, dass Outbound und Inbound gemeinsam bessere Lead-Qualität schaffen.

## Kontakt

[swissignalagency.ch](http://swissignalagency.ch)

[contact@swissignalagency.ch](mailto:contact@swissignalagency.ch) · +41 76 521 93 74

Deutschschweiz · Suisse romande · landesweit