

## Hinweise und Tipps für Info-Mails an Praxen

Während des Projekts CIRStorte bekamen alle teilnehmenden Praxen jeden Monat eine Info-Mail. Diese enthielt ein kurzes Anschreiben und den Anhang *CIRStorte Aktuell* im PDF-Format. Die Ziele waren:

- wertvolle Inhalte und praktische Tipps zur Verfügung stellen
- die Praxen über Neuigkeiten informieren
- regelmäßig an das Projekt und Fehlermanagement erinnern
- mit den Praxen in Kontakt bleiben

### **Für die Info-Mails an Praxen empfehlen wir:**

Wählen Sie eine klar strukturierte und übersichtliche Vorlage ohne unnötige Spielereien.

Verschicken Sie die Info-Mails einmal im Monat. Dadurch fühlen sich Praxen nicht überfordert oder bedrängt. Außerdem reicht der Abstand von vier Wochen, damit das Angebot im Gedächtnis bleibt. Lassen Sie die Praxen wissen, dass sie jeden Monat eine Info-Mail von Ihnen bekommen.

Wählen Sie nach Möglichkeit immer den gleichen Absender, an den sich die Praxen bei Fragen oder Problemen wenden können. Der Absendername hat dadurch einen Wiedererkennungswert und es ist einfacher, Kontakt aufzubauen.

Füllen Sie die Info-Mails mit interessanten, wissenswerten und unterhaltsamen Inhalten.

- Kurze, knackige Nachrichten, die für die Praxen relevant sind, werden am ehesten gelesen.
- Achten Sie darauf, Ihre Info-Mail nicht zu überladen. Zu viele verschiedene Inhalte können den Empfänger vom Wesentlichen ablenken oder überfordern.
- Passen Sie die Themen an die Phasen der Implementierung an (Wissen vermitteln, Austausch). Fragen Sie sich bei der Themenauswahl immer, was die Praxen im Moment besonders interessieren könnte.
- Nehmen Sie keine Inhalte auf, die nichts mit Fehlermanagement und dem Unterstützungsprogramm zu tun haben.
- Wenn Sie für jede Ausgabe eine ähnliche Struktur wählen, wissen die Praxen genau, was sie erwartet, wenn sie die Info-Mail im Posteingang finden.

### Beispiele für Inhalte

- Sagen Sie Ihren Lesern, was sie tun sollen, z.B. Fragebögen ausfüllen, am Workshop teilnehmen, Handlungsempfehlung lesen, Online-Schulungen machen (Call-to-Action).
- Geben Sie jeden Monat einen Tipp zum Thema Fehlermanagement, um die Empfänger bei Laune und die Aufmerksamkeit konstant aufrecht zu erhalten.
- Geben Sie Feedback von den Workshops.
- Weisen Sie auf interessante Artikel, Bücher oder Veranstaltungen hin.
- Reagieren Sie auf aktuelle Ereignisse.
- Beziehen Sie die Praxen mit ein und bitten Sie um Input. Fragen Sie, ob die Praxismitarbeitenden Ideen und Themenvorschläge für die Info-Mails haben und auch, wie zufrieden sie mit den Inhalten sind. Nur, wenn Sie wissen, was gefällt und was nicht, können Sie es beim nächsten Mal besser machen.

**Alle Ausgaben von *CIRStorte Aktuell* können Sie einsehen unter [www.cirstorte.de](http://www.cirstorte.de)**