

10 Tipps

für treffsichere Angebote

→ **AUFTRAGSGEWINNUNG** Sie schreiben viel zu viele Angebote, bevor ein Treffer dabei ist? Da gibt es nur eines: bessere Angebote machen! Wir haben zwei Hände voll Optimierungstipps dazu!

ANGEBOTSTERMIN BEIM KUNDEN

ANGEBOTS- GESTALTUNG

Tipp 1:

Zuhören und sich ein genaues Bild machen

Faustregel: 80 Prozent der Zeit beim Kundenbesuch zum Zweck einer Angebotserstellung sollte der Kunde sprechen. Schließlich geht es darum, seine Bedürfnisse genau zu ermitteln und nicht die Ihren. Stellen Sie W-Fragen und notieren Sie sich die Antworten, um ein möglichst genaues Bild von den Wünschen Ihres Kunden zu bekommen. Fragen Sie also nicht »Haben Sie eine Vorstellung...?«. Sondern »Was ist Ihnen wichtig? Wie wollen Sie es nutzen? Worauf legen Sie Wert?« So ermitteln Sie genau, welche Preisvorstellung, Vorlieben und Persönlichkeit der mögliche Auftraggeber hat. Auf dieses Profil richten Sie Ihr Angebot aus.

Tipp 2:

Termin der Angebotsabgabe vereinbaren

Sagen Sie dem Kunden konkret, an welchem Tag er das Angebot auf dem Tisch hat. Bei großen Angebotssummen oder erklärungsbedürftigen Leistungen bieten Sie eine persönliche Übergabe an. Besser können Sie sich nicht als zuverlässiger Dienstleister, dem der Auftrag und der Kunde wichtig sind, empfehlen.

Tipp 4:

Verständlich und typgerecht anbieten

Beschreiben Sie Ihre Leistungsposten so transparent, dass ein Laie eine Vorstellung von den von Ihnen geplanten Arbeiten erhält. Hinter der verständlichen Beschreibung sollte immer auch ein eindeutiger Preis stehen. Vertiefende Informationen oder Anschauungsmaterial illustrieren Ihr Angebot besonders gut: Als Beigabe eignen sich beispielsweise bei technisch versierten Kunden Detailinfos, bei emotional orientierten Menschen Referenzfotos oder Muster.

Tipp 3:

Den Kundennutzen betonen

Stellen Sie die besonderen Kundenwünsche und Ihre Lösung dafür im Angebot gesondert heraus – am besten im Anschreiben, das Sie der Leistungsbeschreibung voranstellen.

Tipp 5:

Zwei-/Drei-Angebote-Strategie fahren

Wenn sich der Kunde im Gespräch nicht festgelegt hat, welche Preisvorstellung er hat: Kalkulieren und beschreiben Sie zwei oder drei Alternativen für eine einfache, durchschnittliche und gehobene Ausführung derselben Leistung, um Argumentationsspielraum zu haben. Meist greifen die Kunden nicht zur billigsten Variante.

Tipp 6:

Angebot wertangemessen verpacken und pünktlich zustellen

Hochwertige Angebote sollten in einer entsprechenden Mappe präsentiert werden. Das unterstreicht die Qualität, die den Kunden im Fall Ihrer Auftragsdurchführung erwartet. Beweisen Sie Ihre Termintreue mit einer Zustellung der Offerte zum versprochenen Tag.

ANGEBOTS- NACHBEARBEITUNG

Tipps 7:

Wichtige Angebote persönlich abgeben

Das ist ein Signal der Wertschätzung gegenüber dem Interessenten. Und: Es gibt Ihnen bei entsprechendem Angebotsvolumen die Möglichkeit, die Vorteile Ihrer Leistung im Dialog klar zu machen, nachzufragen und abweichende Lösungen anzubieten.

Tipps 8:

Bei jedem Angebot telefonisch nachfassen

Drei bis vier Tage nach Angebotsversand haken Sie nach, ob das Angebot angekommen ist und ob noch Fragen bestehen. Keine falsche Zurückhaltung! Wer sich nicht meldet, riskiert, dass der Kunde denkt: »Der Betrieb hat wohl keine Aufträge nötig!« Hat sich der Kunde noch nicht entschieden oder braucht er noch Zeit: Vereinbaren Sie einen neuen Termin und bleiben Sie dran.

DAS WÜNSCHT IHR KUNDE!

Bessere Angebote gewinnen Kundenherzen

Ein transparentes, nutzen- und kundenorientiertes Angebot nützt dem Anfragenden. Warum? Kunden schätzen Klarheit. Unklarheiten verwirren, kosten Zeit und machen Entscheidungen schwer. Kunden lieben ein gutes Bauchgefühl. Vermittelt ein Angebot dies durch seine Aufmachung, seine gute Struktur, seinen persönlichen Bezug und seine pünktliche Zustellung, wächst das Vertrauen in den Anbieter. Kunden wollen Maßarbeit. Individuelle Angebote spiegeln genau dieses Bedürfnis und erhöhen die Bereitschaft zum Zuschlag.

Tipps 9:

Kundenwissen dokumentieren

Nehmen Sie all das, was Sie über den Kunden oder Interessenten im Angebotsverlauf erfahren haben, in die Kundenkartei auf – inklusive der Vorlieben des (möglichen) Auftraggebers und Ihrer Einschätzung seiner Persönlichkeit. So haben Sie bei der nächsten Anfrage dieses Kunden einen wichtigen Wissensvorsprung und können noch treffsicherer anbieten.

Tipps 10:

Angebotsablehnern auf den Zahn fühlen

Interessenten, die Ihnen keinen Zuschlag gegeben haben, sollten Sie weiter auf dem Schirm haben. Fragen Sie nach, warum sich der Interessent für einen anderen Anbieter entschieden hat – freundlich und interessiert: Worin war der Wettbewerber überzeugender als Sie? Nur einige Kunden werden aufrichtig antworten. Doch aus den ehrlichen Antworten können Sie für Ihre nächsten Angebote sicher Wesentliches lernen. Verabschieden Sie sich zuvorkommend und empfehlen Sie sich für die nächste Anfrage.



➔ **»Der anspruchsvolle Kunde von heute verzeiht nicht, wenn das Angebot zu spät kommt, auf seine individuellen Wünsche nicht eingeht, schwer verständlich ist und nicht klar machen kann, zu welchem Preis welcher Nutzen zu erwarten ist.«**

Matthias Eigel
Kaleidoskop Marketing-Service