

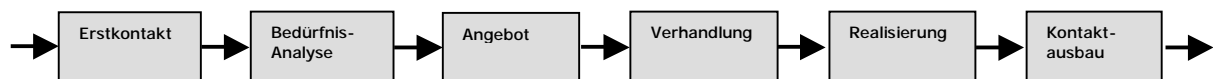
Erfolgreiche Angebote:

Wie Sie Ihre Kompetenz in Angeboten sichtbar machen

Von Dirk Preußners

Neukunden zu akquirieren stellt Sie im Vertrieb vor besondere Aufgaben: Sie müssen den potenziellen Kunden überzeugen, dass Sie der richtige Partner sind.

Betrachtet man den Vertriebszyklus vom Erstkontakt bis zur Verhandlung, so ist insbesondere die Phase der Angebotserstellung ausschlaggebend für Ihren Vertriebs Erfolg. Ihr Angebot offeriert nicht nur eine Leistung: Sie machen damit dem Kunden Ihre Kompetenz sichtbar und werben für die Qualität Ihrer Produkte.



Bevor Sie jedoch das erste Angebot erstellen, sollten Sie wesentliche Details von Ihrem Neukunden kennen. Es reicht nicht aus, wenn Sie seine technischen Probleme lösen. Auch die *verborgenen Bedürfnisse* eines Kunden müssen erkannt und im Angebot berücksichtigt werden, z. Bsp.:

- Ansehen innerhalb des Unternehmens steigern
- Risiko einer Fehlinvestition minimieren
- Schnelle Lösung des Problems
- Günstiger Preis
- Bequemlichkeit
- Anerkennung

Alleinstellungsmerkmale

Haben Sie die Bedürfnisse des Neukunden erfasst, machen Sie im nächsten Schritt Ihre Alleinstellungsmerkmale deutlich. Welche einzigartigen Vorteile bietet Ihr Unternehmen im Vergleich zum Wettbewerb? Z. Bsp. hinsichtlich Amortisation, Betriebskosten, Finanzierung, Gewährleistung, Innovation, Lebensdauer, Lieferzeit, Personal, Preis, Qualität, Referenzen, Reaktionszeit, Service vor Ort, Verfügbarkeit und Wartungskosten.

Denken Sie daran: Ein Angebot ist die Eintrittskarte für Ihr Unternehmen und Ihre Produkte. Listen Sie deshalb nicht nur auf, sondern machen Sie Ihre Alleinstellungsmerkmale im Angebot **sichtbar**.

Der Kunde kauft nicht nur ein Produkt, er kauft vielmehr dessen Nutzen. Ordert der Kunde eine Klimaanlage, dann denkt er an den kühlen Raum, den er schaffen möchte, nicht an die Anlage selbst. Arbeiten Sie deshalb ganz deutlich den Kundennutzen heraus. Versetzen Sie sich in die Lage des Kunden: Was möchte er mit dem Produkt erreichen? Erstellen Sie einen Katalog mit allen Alleinstellungsmerkmalen, finden Sie die dazugehörigen Vorteile und beschreiben Sie den daraus resultierenden Nutzen.

Zur übersichtlichen Darstellung empfiehlt sich das Schema Merkmal – Vorteil – Nutzen in tabellarischer Form. Vereinfacht könnte dies für eine Druckmaschine z. Bsp. so aussehen:

Merkmal	Vorteil	Nutzen
Bauvolumen	geringe Abmessungen	platzsparend
Wartung	lange Intervalle	hohe Verfügbarkeit
Technologie	neuester Stand	energiesparend

Anfragebewertung

Geht eine Anfrage in Ihrem Unternehmen ein, sollten Sie zunächst folgende Punkte klären, bevor Sie ein Angebot erstellen:

Handelt es sich um ein lukratives Geschäft? Können Sie Ihre Referenzliste mit diesem Schlüsselkunden erweitern? Mit anderen Worten: Macht es Sinn, ein Angebot zu erstellen?

Um dies in der täglichen Vertriebspraxis zeitnah und ohne Aufwand herauszufinden, hilft ein Angebots-Report, auf den Sie jederzeit zurückgreifen können. Fassen Sie dazu auf wenigen Seiten die wichtigsten Kriterien mit einer knappen Erläuterung zusammen. Sie generieren damit ein wichtiges Instrument, das Transparenz schafft und Grundlage für Entscheidungen darstellt.

In einen Angebots-Report gehören u.a. die Erläuterung/ Beurteilung von: Auftragsumfang, Budget, Bürgschaften, Entwicklungsbedarf, Folgeprojekte, Gewinnaussichten, Haftungsbeschränkung, Lieferzeit, Projektkurzbeschreibung, Recht, Vertragspartner, Wettbewerbsfähigkeit, Zahlungsbedingungen sowie die Bewertung politischer, wirtschaftlicher und technologischer Risiken.

Angebotserstellung

Angebote sollten so erstellt werden, dass sie aus unternehmerischer Sicht eine optimale Reaktion auf eine Kundenanfrage darstellen. Je nach Anfrage wählen Sie die geeignete Angebotsform:

- Kontaktangebot
- Richtpreisangebot
- Festpreisangebot

Der Kunde muss sich bei jeder Form wiederfinden. Das betrifft Inhalt, Aufbau, Visualisierung und Sprache. Bei der Wahl der Angebotsform sollten Sie Faktoren wie Auftrags- und Realisierungswahrscheinlichkeit, Aufwand der Angebotserstellung, Auslastung und Entwicklungsanteil berücksichtigen.

Fazit

Angebote sind ein hervorragendes Mittel, um fachliche Kompetenz sichtbar zu machen. Die Professionalität eines Angebotes wird in den meisten Fällen auf das Unternehmen und seine Produkte übertragen. Nutzen Sie alle unternehmensinternen Möglichkeiten und die Erfahrungen externer Experten für Verbesserungen. Erfolgreiche Angebote listen nicht nur technische Details auf, sondern zeigen dem Kunden bildhaft auf, wie er das, was er macht, mit Ihrem Produkt besser machen kann.

Weitere Details zum Seminar *Kundenorientierte Angebotserstellung im technischen Vertrieb*

Offene Seminare: 5./ 6. Dezember 2006 in Düsseldorf, www.preussners.de/offeneseminare.html
20./ 21. Juni 2007 in Düsseldorf, www.preussners.de/offeneseminare.html

Firmenseminar: www.preussners.de/angebot.html