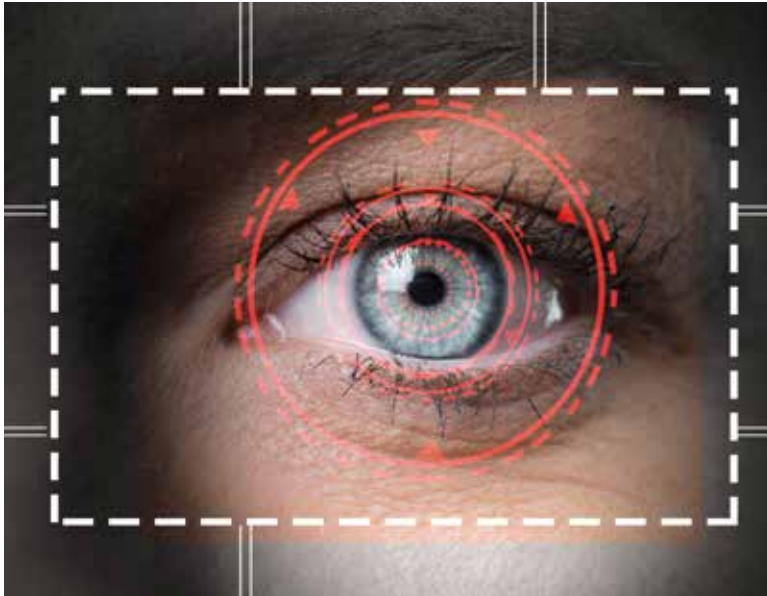


Höhere Offertabschlussquoten durch Positionierung



«Ich hole noch weitere Offerten ein.» Viele Kunden sagen diesen Satz und verhalten sich auch entsprechend. Und viele Unternehmer bringt diese Aussage auf die Palme oder gibt ihnen zumindest ein un-gutes Gefühl.

Aber warum holen Kunden mehrere Offerten ein? Um vergleichen zu können, Unterschiede festzustellen und sich für das beste Angebot zu entscheiden. Was ist daran schlecht? Nichts, wenn das beste Angebot von dir kommt. Was also macht eine gute Offerte aus? Die Unterschiede zu anderen Angeboten und Anbietern müssen klar ersichtlich sein. Und was können solche Unterschiede sein? Vielleicht denkst du jetzt: Ja klar, der Preis. Nun ja, der Preis ist eine Komponente. Und wenn die Offerten keine erkennbaren Unterschiede aufweisen, ist der Preis vielleicht auch das einzige Unterscheidungsmerkmal.

Was kannst du aber als Anbieter tun?

Zeige dem Kunden andere Merkmale auf, dann rückt der Preis immer weiter in den Hintergrund. Nenne mir zum Beispiel 10 Gründe, warum ich als Kunde bei dir kaufen sollte und nicht bei deinem Mitbewerber. Aber wir sprechen von Gründen, die für den Kunden relevant und verständlich sind. Und jetzt schreibst du diese Gründe auf deine Offerte, den Umschlag oder auf den Brief zur Offerte. Und wie sieht es mit deinem Gesicht bzw. dem der Ansprechperson für den Kunden aus? Es muss auf die Offerte, auf Visitenkarten, Briefpapier, Mailabsender, Webseite und so weiter.

Denn auch dein sympathisches Gesicht ist ein Alleinstellungsmerkmal. Und die Offerte selber – ist sie einfach und verständlich oder voll mit Fachchinesisch? Wenn bei dir das Zweite der Fall ist, hast du nun einen weiteren Hinweis mit Optimierungspotential. Und wie sieht es mit dem Vor- und Nachher aus? Wie läuft dein Prozess vor der Offerten-Erstellung ab? Persönlich oder unpersönlich? Mit einem Besuch beim Kunden oder nicht? Schau dir mal an, was deine Mitbewerber machen, und mache es ANDERS. Und nachher? Wenn du als einziger Anbieter die Offerte persönlich vorbeibringst oder als einziger innert 72 Stunden nachfasst, hast du hier auch eine Möglichkeit zur Alleinstellung.

Merke: Hast du eine schlechte Hitrate oder zu Deutsch Offertabschlussquote? Oder hast du das Gefühl, dass es nur über den Preis geht? Dann ist deine Firma oder dein Angebot zu austauschbar. Das einzige Gegenmittel hierzu ist, Alleinstellungsmerkmale zu finden. Und was ist, wenn dir das nicht gelingt, wenn du beispielsweise nur auf öffentliche Ausschreibungen offerierst? Dann musst du raus aus dieser Situation – besser heute als morgen. Wie soll das gehen, wenn du auf diesen Umsatz angewiesen bist? Baue dir neue Angebote auf, die es sonst so auf dem Markt nicht gibt, und verändere deine Firmenpositionierung. Und dann verschiebe deinen Fokus nach und nach.

Und du wirst Folgendes feststellen: Deine erzielten Preise steigen, deine Offertabschlussquote wird besser, die Kunden kommen zu dir, statt dass du bei ihnen um einen Auftrag bettelst. Beispiele gefällig? Welches ist das einzige Restaurant im Bahnhof Bern, in welchem du vegetarische Speisen von bester Qualität erhältst? Richtig, Tibits. Oder dann gibt es noch den Herren Coiffeur, welcher als einziger in seiner Stadt seinen Kunden einen echten italienischen Espresso oder auch zwei offeriert hat. Oder das Bauunternehmen, welches sich als einziges in seiner Region auf die Kombination von Holzbau und Solartechnik spezialisiert hat. Und jetzt nenne mir doch einen Grund, warum das bei deinem Unternehmen nicht gehen sollte.

Impulsvortrag:

Wirklich wahrgenommen werden mit Contentmarketing

Bist du kompetent, aber niemand weiss es? Dann solltest du dich unbedingt zu diesem Vortrag anmelden. Kompetent zu sein in seinem Bereich ist die Grundvoraussetzung fürs Geschäft. Aber wenn du deine Kompetenz nicht sichtbar machst, wirkt sie erst, wenn du den Auftrag hast. Der Kunde muss aber vor der Auftragsvergabe schon wissen, wie und worin du gut bist. Wie das gehen soll? Mit Information!

Datum: Dienstag, 9. November 2021 um 19.00 – 21.00 Uhr

Ort: SMI Swiss Marketing Institute AG
Schwarzenburgstrasse 236 · 3098 Köniz b. Bern

Kosten: CHF 35.00

Anmeldung: www.martin-aue.com oder per Telefon 033 650 10 10



Martin Aue ist einer der führenden Experten für «Sichtbarkeit» im deutschsprachigen Raum. Der Berner Oberländer mit Jahrgang 1978 ist bekannt für seine erfolgreichen Werbestrategien für den Mittelstand – oder, wie die Schweizer sagen, für KMU. Als Businessvormacher und Unternehmermentor hält er schon seit 20 Jahren begeisternde Vorträge und ist Autor von vielen Publikationen, wie Büchern, Fachtexten, Newsletter sowie Online-Programmen.

MARTINAUE