

Erfolgsstrategien im Fensterbau

Folge 3: Mehr Aufträge durch Angebotsverfolgung

Konsequent dran bleiben

Wie sich die Märkte verändern, so verändert sich auch das Anforderungsprofil für erfolgreiches Verkaufen. Die Zeiten, in denen die fachlich-technische Qualifikation des Verkäufers ausreicht, sind jedenfalls vorbei. Heute ist der Einsatz zeitgemäßer Verkaufsstrategien unabdingbar: Zum Beispiel eine konsequente Angebotsverfolgung.

Ein aufgeregter Anruf vom Bauelementenhändler Müller aus Hannover (Name und Ort vom Autor geändert) in unserem Büro verdeutlicht die Situation: „... seit einer Woche steht mein Telefon still. Kein Anrufer. Keine konkrete Anfrage. Noch nicht einmal eine Nachfrage nach meinen Angeboten, obwohl wir doch im Oktober in der Branche allgemein eine anziehende Nachfrage haben!“ „Was kann ich unternehmen, um mehr Aufträge zu erhalten?“ Wir gaben dem Anrufer den Tipp, seine Angebote mittels einer Nachfrageliste zu priorisieren, zu strukturieren und dann gezielt telefonisch nachzufassen. Erste Erkenntnisse: Es waren genügend Angebote vorhanden. Es mangelte an der konsequenten Verfolgung von Angeboten. Durch die gezielten und regelmäßigen Nachfass-Telefonate verfolgt dieser Bauelementenhändler jetzt alle Angebote mit einer Erfolgchance bis zu 100 Prozent. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Es sind wieder genug Aufträge da.

Wie verfolgt man ein Angebot?

Nachdem Sie Ihre Investition in die Privatkunden-Anfrage mit erheblichem Aufwand betrieben haben (Vorgespräche, ein bis zwei Aufmassstermine, Zeich-



Der Autor:
Berater und
Verkaufstrainer
Kurt
Buck, MMT-
Hamburg

nung und Kalkulation), sollten Sie das individuell zugeschnittene und erstellte Angebot möglichst persönlich präsentieren.

„Zelebrieren“ Sie geradezu Ihre Arbeit, die Sie in Ihr Angebot gesteckt haben. Sie sprechen es entweder in der Wohnung oder in ihrem Betrieb mit dem Kunden durch.

Ein Tipp für Ihren Einstieg in das Präsentationsgespräch:

„Herr/Frau ... damit Sie Zeit sparen und ich Ihnen sofort noch Fragen beantworten kann, gehe ich das Angebot gerne mit Ihnen gleich durch!“

Checkliste Angebots-Verfolgung

Nr.	Angebots-Datum	Name	Angebots-Produktumfang	Preis EURO	Nachfassstermin	A/B/C-Kunde	Notizen
1	20.09.	Meier	Holz-Alu-Fenster	6450	1. Termin/22.09.	B	Am 25.09. anruf.
2							

BM GRAFIK

Vorteile im Angebot hervorheben

Die wichtigsten und von Ihrem zukünftigen Kunden nachgefragten Details haben Sie schriftlich vermerkt und haben diese im Angebotstext noch einmal benannt (Materialart, Beschlagqualität hinsichtlich der Sicherheit, Sonderwünsche, Referenzen usw.). Diese Stellen markieren Sie bitte mit einem Textmarker, so dass Sie während der Präsentation (evtl. sogar über Kopf von Ihnen zu lesen) darauf eingehen können. Haben Sie keine Bedenken, dass Ihr Angebot dadurch bemalt wird;

Schlüsselfragen bei der Angebotsverfolgung

Die folgenden Fragen dienen Ihnen dazu, Ihren eigenen Fragen-Katalog zu erstellen:

- Haben Sie unser Angebot erhalten?
- Was meinen Sie dazu?
- Wie ist Ihre Entscheidung?
- Was hat Ihnen an unserem Angebot gut gefallen?
- Welche Aussichten haben wir Ihrer Meinung nach mit unserem Angebot?
- Wurden die Details in Ihrem Sinne berücksichtigt?
- Welche Maßnahmen sind Ihrer Meinung nach notwendig, um den Auftrag erteilt zu bekommen?
- Welche Informationen benötigen Sie für Ihre Entscheidung noch?
- Was hindert Sie bisher daran, Ihre Entscheidung zu treffen?
- Wo liegen wir im Preisvergleich zum Mitbewerber?
- Welche Mitbewerber sind noch im Gespräch?
- Wann passt Ihnen ein weiteres Gespräch; eher am Montag oder am Mittwoch?

Welche Fragen Sie zu welchem Zeitpunkt stellen, darüber entscheidet die jeweilige Situation.

im Gegenteil, es ist doch die gemeinsame Arbeitsunterlage und Ihr Gesprächspartner wird den hervorgehobenen Stellen besondere Beachtung schenken.

Der Gesprächspartner kann sofort erkennen, wo die Unterschiede liegen. Im Angebot sind somit die gesamten Produktvorteile und die der Angebotsvorteile hervorgehoben. Möchten Sie einige Punkte besonders hervorheben ist ein Hinweis sinnvoll:

Denken Sie bitte daran, Ihr Kunde hat bei Ihnen „Schulden“ gemacht. Ihre Ausbildung, Ihre Erfahrung, Ihre Arbeit, kurz: Ihr gesamtes Know-how haben Sie ihm kostenlos zur Verfügung gestellt. Also ist es Ihr gutes Recht nachzufragen, wie er damit umzugehen gedenkt.

Rufen Sie Ihren Kunden an:

Bei Versand eines Angebotes:

„Herr/Frau ..., haben Sie mein Angebot, welches ich für Sie ausgearbeitet

Checkliste:
Schema für die
systematische
Angebots-Nach-
verfolgung

„Herr/Frau ..., bitte beachten Sie besonders den Punkt ... Der hat für Sie folgenden Vorteil Dieser Vorteil ist besonders wichtig, weil ...“

Ein wichtiger Hinweis für Angebote an Institutionen oder Einkäufer/Planer: legen Sie möglichst zu allen Produkten Prüfzeugnisse und Referenzfotos mit Ort, Umfang und Material bei.

Ihr gutes Recht: Nachfragen

Wie gehen Sie weiter in der Nachfassaktion vor? Haben Sie keine Angst am übernächsten Tag (Tag 2 nach Übergabe) nachzufragen.

habe, erhalten? Konnten Sie es schon begutachten? Welche Punkte darf ich noch erklären? Wie gehen wir gemeinsam weiter vor?“

Beim persönlichen Gespräch:

„Herr/Frau ..., wie kann ich bei Ihrer Entscheidung noch behilflich sein? Welche Details möchten Sie noch näher erläutert haben? Wie gehen wir gemeinsam weiter vor oder Was spricht denn jetzt noch gegen eine Auftragserteilung?“

Im telefonischen Gespräch:

„Herr/Frau ..., Welchen Eindruck haben Sie von meinem Angebot? Wie gehen wir jetzt weiter vor oder was steht einer Auftragserteilung jetzt noch im Wege?“