

Weniger Angebote schreiben - mehr Umsätze realisieren

Für viele Handwerksmeister ist es schlicht und ergreifend eine der eher „unliebsamen Beschäftigungen“ im Alltag: Angebote für Kunden schreiben. Kunden rufen an, kommen vorbei, melden sich per Brief oder Fax und immer häufiger auch per e-mail, weil sie ein schriftliches Angebot für eine bestimmte Handwerksleistung haben möchten. Keine Seltenheit, dass es viele Stunden in Anspruch nimmt, ein solches Angebot zu erstellen. Zeit, die unwiderruflich verloren ist. Zeit, die man weniger für sich und seine Familie zur Verfügung hat.

Das alles wäre ja nicht so tragisch, würden aus den vielen geschriebenen Angeboten am Ende des Tages auch tatsächlich lukrative Aufträge. Die Wirklichkeit aber sieht - leider - ganz anders aus: In der Regel werden lediglich 10 bis 20 Prozent der Angebote auch tatsächlich zu einem Auftrag. In vielen Fällen dient die

Angebotsnachfrage des Kunden ganz anderem Zwecken. Viele wollen in erster Linie Preisvergleiche anstellen oder versprechen sich aus dem Angebot des Handwerksmeister wichtige Informationen für ein Projekt, das sie dann möglicherweise selbst ausführen. Für den Handwerker ist das ärgerlich. Das Gefühl, ausgenutzt zu werden, ist durchaus berechtigt.

Wer bereits im Vorfeld feststellen möchte, welche Kunden überhaupt ein tatsächliches Kaufinteresse haben, der kann das tun, wenn er einige einfache Regeln beherrscht. Dabei lassen sich auch leicht die Wünsche und Bedürfnisse der Interessenten ergründen. In der Folge erhöht sich die Chance auf einen Auftrag spürbar.

Arbeiten sie mit den „Goldenen Fragen“, bevor sie ein Angebot erstellen und abgeben.

Ein Seminar mit Markus Reinke bietet die Kreishandwerkerschaft am 28. Februar 2008 an. Die Einladung gibt's im Januar.

Nehmen wir zur Veranschaulichung das Beispiel eines Fliesenlegermeisters: Ein ihnen bislang noch nicht bekannter Kunde ruft an und bittet um einen Besuch vor Ort. Der Kunde sagt, er brauche ein Angebot für Fliesenarbeiten in der kompletten Wohnung. Dann stellen sie ihrem möglichen Kunden vor Ort folgende Fragen:

1. „Bis wann brauchen Sie das Angebot?“ - Viele Handwerker setzen sich selber unter Druck, indem sie selbst einen kurzfristigen Termin für die Angebotsabgabe zusagen. Dabei hätte der Kunde auch zwei bis drei Wochen Zeit gehabt.
2. „Wer entscheidet bei Ihnen über den Auftrag?“ - So erfahren sie gleich, ob der Anrufer überhaupt Entscheidungsbefugnis hat oder nur jemand ist, der verschiedene Angebote für seinen Chef einholen soll. Lassen sie sich nicht zu solchen Preisvergleichen missbrauchen. Die Frage nach dem Entscheider ist auch wichtig, wen sie später das Angebot ‚nachfassen‘ möchten.
3. „Bis wann entscheiden Sie über mein Angebot?“ - Anhand der Antwort wissen sie, wann sie telefonisch ‚nachfassen‘ können.
4. „Welche Alternativen prüfen Sie neben meinem Angebot?“ - Wir erfahren, ob es Mitbewerber gibt, eventuell sogar deren Namen.

Wichtige Fragen zur Kundenergründung:

5. „Welche Vorstellungen haben Sie von Ihrem neuen Fliesenboden? Was ist Ihnen wichtig? Was muss in meinem Angebot enthalten sein, damit Sie mir den Auftrag erteilen? Nach welchen Kriterien entscheiden Sie über die Vergabe?“ - So können sie erst die Wünsche des Kunden ergründen, bevor sie ihr Fachwissen einbringen. Am besten bauen ihre Vorschläge dann auf den Wünschen und Ideen des Kunden auf. Versuchen sie nicht, dem Kunden ihre Meinung aufzudrücken, wenn der erkennbar andere Vorstellungen hat. Der Schuss geht nach hinten los!
 6. Stellen sie am Ende immer die Bedingungsfrage, um die Kaufbereitschaft zu testen: „Angenommen, ich kann Ihre Wünsche und Kriterien (immer auch wiederholen) erfüllen, erteilen Sie mir dann den Auftrag?“ - Jetzt muss logisch betrachtet in klares ‚JA‘ kommen. Dieses ausgesprochene ‚JA‘ bringt eine starke moralisch bindende Wirkung mit sich. Ist die Antwort ausweichend oder gar ‚NEIN‘, dann haken sie nach: „Was fehlt noch, damit Sie sich für mich entscheiden?“
- Nur wenn sie anhand der Kundenantworten zu dem Schluss kommen, dass sie eine gute Chance auf den Auftrag haben, können sie das Angebot schreiben.

**Investitions-
kredit für
Kölner
Unternehmen!**

**Jetzt
abrufen**

ab 4,50%*

* Limitiertes Kontingent für Einzelkredite zwischen 10.000 EUR und 50.000 EUR, ohne Sicherheiten, vorläufig positiv Bonitätsüberprüfung. Gültig bis 31.12.2007

Sonderkredit

Internet: www.koelnerbank.de
E-Mail: info@koelnerbank.de
Info und Terminvereinbarung:
Tel.: 0221 - 2003 2006

Kölner Bank eG
Ihre Volksbank in Köln.

