

## DAS ANGEBOT

Wenn Du ein Angebot verschickst, weil Du es nicht persönlich übergeben kannst, dann solltest Du Dir auch hier Gedanken über ein ungewöhnliches, weil auffallendes, Format machen. Dies gilt natürlich nur, wenn Du das Angebot als Brief versendest und nicht als PDF-Datei per E-Mail.

Die meisten Unternehmen, die ihre Angebote in Papierform versenden, wählen einen Briefumschlag im DIN B4-Format. Dein Angebot als Päckchen statt im üblichen DIN B4-Format verschickt, hinterlässt beim Empfänger einen bleibenden Eindruck. Wenn Deine Wettbewerber den klassischen

DIN B4-Umschlag mit getackerten Blättern versenden, überrascht Du Deinen Kunden, indem Du es ganz anders machst. Stell Dir vor, Dein Kunde erhält vom Boten das Paket und schielt mit einem Auge auf den Absender. Er erwartet zwar Dein Angebot, wird sich aber fragen, warum er nun ein Paket erhält. Was meinst Du, wird er Dein Paket voller Neugier und Spannung auspacken? Ja, er wird!

Und was befindet sich nun im Karton? Natürlich das Angebot. Je nach Umfang und Anzahl der Seiten könnte dies eine kleine Broschüre mit einer Spiralbindung sein oder

Martin Lenk  
Dachdeckermeister  
aus Pegnitz



Gewinner des  
Designpreises des  
oberfränkischen  
Handwerks 2012

die Blätter sind eingelegt in eine ansprechende Präsentationsmappe. Diese Angebotsmappen mit einer hochwertigen Spiralbindung setzt der Dachdecker Martin Lenk aus Pegnitz ein. So ein Angebot hat 20 Seiten oder mehr und würde getackert einfach und fast schon billig aussehen. Hier wird das hochwertige Erscheinungsbild unterstützt durch das ansprechende Deckblatt sowie durch die vielen Fotos zu den einzelnen Positionen. So wird das Angebot auch für den Laien im wahrsten Sinne des Wortes anschaulich.

Aber macht es denn Sinn sich so viel Arbeit zu machen im Vergleich zu den getackerten Angeboten? Das muss jeder für sich selbst entscheiden. Fakt ist: Die Abschlussquoten von Martin Lenk sind etwa doppelt bis dreimal so hoch wie die Abschlussquoten seiner Berufskollegen. Ich finde, da macht es Sinn, sich etwas mehr Mühe zu geben. Denn wenn Du eine Einladung zu Deiner Hochzeit oder einem runden Geburtstag verschickst, dann hast Du Dir doch auch etwas mehr Mühe gegeben, oder? Und warum? Weil das Ereignis etwas Besonderes ist!

Und ist das, was Du für Deinen Interessenten machen möchtest, nicht auch etwas Besonderes? Deshalb solltest Du Dir bei Deiner Einladung an den Interessenten, Dir den Auftrag zu geben – also beim Angebot – auch etwas mehr Mühe geben. So viel Mühe wie Du glaubst, dass es Dein von Dir erstelltes Ergebnis am Ende wert ist.

Wenn es sich um ein so umfangreiches Angebot über mehrere Seiten handelt wie beispielsweise für eine Dach- oder Badezimmersanierung oder für den Bau eines Hauses, dann lege doch einfach eine Flasche Wein dazu. So nach dem Motto: „Schauen Sie sich das Angebot ganz in Ruhe an und genießen Sie dabei diesen guten Tropfen.“ Statt Wein geht natürlich auch eine Flasche Sekt. Und statt Alkohol geht natürlich auch alkoholfreier Sekt, Wein oder irgendein anderes Getränk. Alternativ oder zusätzlich kannst Du auch noch feine Pralinen dazulegen. So wertest Du Dein Angebot noch weiter auf. Und der Adressat wird sich mit Sicherheit freuen!

Um Deinem Kunden schon mal vorab einen Eindruck zu geben von den Materialien, die Du verwenden wirst, legst Du einfach eine Probe bei. Dies

kann bei einem Raumausstatter ein Stück Stoff für die künftige Gardine sein, beim Möbeltischler ein Stück Holz und beim Dachdecker die zu verlegende Dachpfanne. Hört sich ungewöhnlich an, oder? Ist es ja auch! Und soll es ja auch sein. Es geht ja darum, dass Du Dich mit Deinem Angebot von den Angeboten Deiner Wettbewerber abhebst.

So ungewöhnlich ist es dann auch wieder nicht. Ich hatte vor kurzem ein Angebot für die Erstellung meines Hörbuches bekommen. Damit ich schon mal einen Eindruck erhalte, wie so eine CD nachher aussieht, lag dem Angebot eine Muster-CD mit Hülle bei. So machst Du Dein Angebot im wahrsten Sinne des Wortes begreifbar für Deinen Kunden.

Aber warum solltest Du Dir so viel Arbeit für die Verpackung und Gestaltung des Angebots machen? Zum einen, um aus der Masse der gleich aussehenden Angebote herauszustechen. Stell Dir vor, Dein Interessent hat 5 Angebote eingeholt. 2 Angebote erhält er per E-Mail und 2 Angebote per Brief. Und ein weiteres Angebot erhält er als kleines Päckchen mit den beschriebenen Inhalten.

Welches dieser 5 Angebote wird er wohl im Gedächtnis behalten? Gut, wenn es dann Dein Angebot ist.

Ein weiterer Grund sich bei der Gestaltung des Angebots etwas Mühe zu geben, besteht darin, über die Verpackung die Wertigkeit Deines Angebotes darzustellen. Die Wertigkeit Deines Angebotes darf und muss sich dann natürlich auch in einem angemessenen Preis widerspiegeln. Oder würdest Du ein teures Parfum in einer billig aussehenden Verpackung kaufen? Wohl kaum. Dies gilt genauso auch für alle anderen Branchen. Eine hochwertige Gestaltung des Angebots hat eine bessere Abschlussquote bei höheren Umsätzen zur Folge. Dies kann Dir Martin Lenk vom Dachdeckerbetrieb Lenk bestätigen.

Noch besser ist es, wenn Du Dein so gestaltetes Angebot gar nicht versendest, sondern dem Kunden persönlich bei einer Präsentation in Deinen Geschäftsräumen übergibst. So wertest Du es noch weiter auf und minimierst das Risiko, dass Dein Angebot nur Vergleichszwecken dient, um das billigste Angebot herauszufiltern.