

## Die 5 besten Tipps für Kostenangebote

# Schwache Angebote schwächen Ihren Umsatz Stärken Sie Ihren Verkauf durch bessere Texte

Wie oft standen Sie kurz vor Abschluss eines Auftrags und haben trotz eines gut durchdachten Kostenangebots den Zuschlag nicht erhalten?

Wie so viele Selbstständige sicher einige Male. Auch, wenn Sie wissen, dass ein „Nein“ dazu gehört, sind Absagen doch immer wieder enttäuschend. Und oft zu vermeiden!

Es kostet viel Zeit und Mühe, die Beziehung zu potenziellen Neu-Kunden soweit zu entwickeln, dass sie überhaupt ein Angebot anfordern. Ihr Vorschlag zur Zusammenarbeit muss dementsprechend hochklassig sein. Vor allem, wenn Sie immaterielle Dienstleistungen anbieten.

**Dann muss Ihr Angebot nicht nur gut durchdacht sein, sondern auch richtig gut verpackt!**

Mit einem werblich-informativ getexteten Angebot gewinnen Sie die letzte Etappe bei der Geschäftsanbahnung viel häufiger als zuvor.

Angenommen, Sie möchten einem Interessenten ein Angebot für einen Workshop zuschicken – worauf sollten Sie achten?

1. Erklären Sie in vollständigen Sätzen noch einmal kurz worum es geht. Welches Problem, welche Herausforderung, welche Sehnsucht steht bei dem Workshop im Mittelpunkt – und an wen richtet er sich?
2. Machen Sie klar, welche Ergebnisse der Interessent durch die Teilnahme erreichen kann. Was nimmt ein Teilnehmer mit, wenn er den Workshop durchlaufen hat?
3. Listen Sie auf, was die Kunden des Workshops alles bekommen. Verteilen Sie ein schriftliches Handout? Wieviel Stunden und welche Inhalte sowie Arbeitsweisen sind vorgesehen? Gibt es einen Bonus?
4. Setzen Sie den Preis in Bezug zum Wert, den Kunden dafür bekommen. Vielleicht bieten Sie den Workshop in verschiedenen Varianten an, zum Beispiel mit bzw. ohne Nachbetreuung. Das wirkt sich dann natürlich auf den Preis aus.
5. Bieten Sie ein ausführliches, kostenfreies Beratungsgespräch im Vorfeld an. Das gilt vor allem bei Angeboten in höheren Preissegmenten.

Wenn Sie sich an diese Inhalte in dieser Reihenfolge halten und Ihrer Leistung obendrein noch einen zukräftigen Namen geben, können Sie mehr Interessenten zum Kauf überzeugen. So ein Angebot kann durchaus zwei oder mehr Seiten lang sein.

Oft sehen Angebote ganz anders aus. Jemand fragt nach dem Preis für einen Workshop und erhält ein Schreiben von einer Seite, die gerade mal in Stichworten auflistet, welche Leistungen inklusive sind und was es kostet.

Zuletzt vielleicht noch die Worte „Über eine Zusammenarbeit würden wir uns ...“ Allenfalls noch der Vorschlag „Bei Rückfragen können Sie gerne ...“ Durch solche Angebote wird der Blick vor allem auf die Kosten gelenkt – nicht auf die Frage, welchen Wert der Kunde dafür erhält. Wer aber schon so weit Interesse gezeigt hat, dass er sich eine Zusammenarbeit mit Ihnen vorstellen kann, will wissen, was genau Ihre Dienstleistung enthält, wie sie abläuft, was dabei für herauskommt.

Potenzielle Kunden wollen außerdem wissen, was sie als nächstes tun sollen. Beantworten Sie all die unausgesprochenen Fragen Ihrer Interessenten klar und überzeugend – und Sie können sich über mehr Auftragsabschlüsse freuen!

Copyright 2010:  
Annja Weinberger Communications  
Agentur für Authentische Kommunikation  
Ilsestrasse 23  
D-12051 Berlin  
Telefon: 0049-(0)30-45 03 10 35  
E-Mail: [info@annjaweinberger.eu](mailto:info@annjaweinberger.eu)  
Internet: [www.annjaweinberger.eu](http://www.annjaweinberger.eu)