



ANGEBOTE WIRKUNGSVOLL NACHFASSEN

Unternehmen investieren viel Fachwissen und zeitlichen Aufwand in die Bearbeitung von Angeboten (Devis) – dies obschon die Rücklaufquoten in vielen Fällen recht ernüchternd sind. Die Gründe einer Absage sind dabei vielseitig. Erfahrungen in der Baubranche bestätigen, dass die Erfolgsquoten von Devis bei durchschnittlich 10 Prozent liegen, was bedeutet, dass 90 Prozent der Arbeiten im Abfalleimer landen.

Dieser Artikel soll keinesfalls diese Arbeiten infrage stellen, aber wer Arbeit und Wissen investiert, sollte zumindest die Chance auf eine realistische Auftragsvergabe nutzen. Ein Verkaufsprozess sollte nicht mit dem Einreichen des Angebots, der Einladung zu einer (von vielen) Abgebotsrunde und dem freundlichen Absageschreiben enden.

Die Frage, ob sich das Ausfüllen von Devis lohnt, stellt sich für die meisten Unternehmen nicht. Es gehört zu den alltäglichen Arbeiten, denn man will sich ja keine Chancen verbauen und die Hoffnung stirbt ja bekanntlich zuletzt! Grundsätzlich sollte sich jeder Unternehmer und jede Unternehmerin die ehrliche Frage nach der realistischen Erfolgchance stellen. Denken Sie bitte an die 90 Prozent, die im Abfalleimer landen. Diese Zeit kann in echte Verkaufsarbeit investiert werden. Sollten Sie keine realistische Chance auf das «letzte Telefon» sehen, ist eine kritische Selektion angezeigt. Nutzen Sie den Rückversand der Planunterlagen als Marketinginstrument und formulieren Sie ein griffiges Begleitschreiben – so bleiben die Türen auch in Zukunft offen. Im Falle eines Angebots

sollten Sie den gesamten Verkaufsprozess zu Ende führen, und hier gehört das Nachfassen definitiv dazu.

Es ist kein Geheimnis, dass weit über 50 Prozent aller Angebote nicht nachgefasst werden, was einer betriebswirtschaftlichen Todsünde gleichkommt. Warum eigentlich? Es macht doch wenig Sinn, den ganzen Aufwand zu betreiben und auf den letzten Metern vor dem Ziel das Feld dem Mitbewerber zu überlassen. Drei Kernaussagen führen die Liste der Ausreden an: 1. «Der Kunde meldet sich dann schon, er hat ja alle Unterlagen!» 2. «Ich möchte nicht aufdringlich sein!» 3. «Ich habe für diese Arbeiten keine Zeit!». Wer ein Angebot nachfasst, zeigt echtes Interesse und gewinnt bei geschickter Fragestellung wesentliche Informationen vor dem Vergabeprozess. Entscheidend ist natürlich, dass bei der richtigen Person nachgefasst wird. Hier passieren viele unnötige Fehler. Wer bei der falschen Person nachfasst, wird im besten Fall spontan zu einer Rabattrunde eingeladen. «Was können Sie denn noch machen?» Selbstverständlich folgt in diesen Fällen dann auch noch die offizielle Rabattrunde.

Wer bei privaten Kunden nicht nachfasst, wird schnell Unmut auf sich ziehen. «Dieses Unternehmen hat es ja nicht nötig!». Ein solches Image möchte mit Sicherheit kein Unternehmen.

Der Kunde möchte umworben werden, er will das Interesse am Auftrag spüren, denn schliesslich investiert er gerade hart erarbeitetes Geld in die Gebäudehülle.

Das Nachfassgespräch sollte nicht unterschätzt werden, denn es ist ein wichtiges Verkaufsgespräch und eine gute Vorbereitung ist unerlässlich.

- Planen Sie Nachfassarbeiten im Terminkalender ein.
- Achten Sie auf den optimalen Zeitpunkt, also beispielsweise nicht kurz vor Mittagspausen usw.
- Recherchieren Sie die Person, die für eine Vergabe oder für wesentliche Informationen entscheidend ist.
- Stellen Sie offene Fragen. Auf diese Weise erhalten Sie wichtige Informationen wie zum Beispiel zentrale Vergabekriterien, mögliche Spielräume im Angebot sowie den zeitlichen Entscheid der Auftragsvergabe usw.

- Halten Sie griffige Argumente bereit, die für Ihr Unternehmen oder das Angebotsprechen. (Lesen Sie dazu auch den Beitrag in der Ausgabe 09/17, Die Technik der Argumentation)
- Bieten Sie bei Bedarf eine weitere persönliche Beratung an.
- Zum Schluss des Gesprächs eignen sich geschlossene Fragen, die mit Ja oder Nein beantwortet werden, diese

führen zu verbindlichen Aussagen. Beispielsweise «Können Sie sich eine Zusammenarbeit mit unserem Unternehmen vorstellen?».

- Der letzte Eindruck bleibt! Verhalten Sie sich auch bei negativen Entscheidungen professionell und schliessen Sie keine offenen Türen. Verdanken Sie in jedem Fall das Gespräch.

Angebote wirkungsvoll nachfassen oder anders ausgedrückt «Mit Stil zum Ziel». Ich wünsche Ihnen viel Erfolg in der praktischen Umsetzung.

WWW.SALESPLANNING.CH

Roland Vogel