



Angebote erfolgreich telefonisch nachfassen

Wussten Sie, dass nur etwa 20 % aller Angebote systematisch nachgefasst werden? Dadurch wird ein enormes Auftragspotential verschenkt. Es lohnt sich in jedem Fall telefonisch nachzufassen!

Der richtige Zeitpunkt

Je früher Sie Ihr Angebot telefonisch nachfassen, desto eher wird daraus ein Auftrag. Nachgefasst werden sollte ab drei bis spätestens 14 Tage nach Angebotsabgabe. Allerdings variiert dies stark von Branche zu Branche.

Chancen nutzen

Werden Angebote nachgefasst, erfahren Sie, ob Sie als Anbieter überhaupt noch im Rennen sind, oder der potentielle Kunde sich bereits für ein anderes Angebot entschieden hat. Oder Sie können sich ein Bild davon machen, wie weit die Auftragsvergabe schon fortgeschritten ist. Wenn es seitens des Kunden Unklarheiten über das Angebot gibt, haben Sie nun die Gelegenheit, diese zu beseitigen. Falls das Angebot dem Kunden in der abgegebenen Form noch nicht hundertprozentig zusagt, so können Sie jetzt Kompromissvorschläge machen. Oder noch besser: Sie entwickeln gemeinsam mit dem Kunden ein Standardangebot weiter und beteiligen ihn so an den Lösungsvorschlägen. Auf diese Art gewinnen Sie weitere Informationen über den potentiellen Kunden und seine Bedürfnisse - auch wenn kein Auftrag zustande kommen sollte. Wenn dieser Fall eintreten sollte, haben Sie immerhin den Kontakt gepflegt und sich dadurch erneut ins Gedächtnis gerufen. Vielleicht wird ja in der Zukunft doch noch ein Auftrag daraus!

Der Einstieg in das Nachfass-Telefonat

Sätze wie „Haben Sie sich unser Angebot schon angesehen?“ oder „Wo liegen wir denn preislich mit unserem Angebot?“ sollten grundsätzlich tabu sein. Im ersten Fall kann das Gespräch durch ein einfaches „Nein“ von dem potentiellen Kunden schnell beendet sein. Im zweiten Fall vermitteln Sie den Eindruck, bei Ihrem Angebot unsicher zu sein. Besser ist es, zu fragen: „Guten Tag, Herr Kunde, hier ist Herr Anbieter. Wir haben Ihnen vor drei Tagen ein Angebot zugeschickt. Was halten Sie denn von unserem Angebot?“ Falls sich bei dem Telefonat herausstellt, dass der Kunde mit Ihrem Angebot noch nicht glücklich ist, haben Sie hier die Chance, dies anzupassen!

Umgang mit Vertröstern

Mit beispielsweise folgenden Fragen erfahren Sie die wahren Hintergründe, erhalten weiterführende Informationen und können den Abschluss eventuell anschieben:

- Was können wir noch tun, um Ihnen zu helfen, dass das Projekt verwirklicht wird?
- Ich merke Sie zögern. Welche Fragen haben Sie noch?
- Was kann ich tun, um Sie von uns zu überzeugen?

Noch ein letzter Tipp: Setzen Sie Pressearbeit gezielt in Ihrer Unternehmenskommunikation ein, so können Sie passend zur Anfrage diesen Artikel zusätzlich in der Entscheidungsphase zusenden.