

Arbeitsblatt

Warum Angebote schreiben und wer liest diese überhaupt?

Um zu verstehen, wie Angebote wirken, müssen wir zuerst entschlüsseln, worum es unseren Kunden eigentlich geht. Hierzu müssen wir praktisch an allen Stellen immer wieder eine Frage stellen, nämlich ... *Wo ist der Nutzen?*

Viel zu oft konzentrieren wir uns auf Produkteigenschaften, doch die eigentliche Frage ist immer:

Was hat der Kunde davon, bzw. was bedeutet das für den Kunden konkret?

In Vertriebschulungen lernt man mit als erstes, dass Kunden in der Regel nicht den 10 mm-Bohrer kaufen, sondern eigentlich 10 mm-Löcher haben wollen. Der Bohrer ist zwar die Lösung, doch die Löcher sind das Ziel. Doch wollen Kunden tatsächlich 10 mm-Löcher haben?

Eventuell nicht, das muss vorher geklärt werden. Vielleicht brauchen sie einfach nur eine Lösung, um zum Beispiel ein Bild aufzuhängen oder einen Haken, um die Hundeleine an einem Ort aufzubewahren – oder, oder, oder.

Es geht also immer darum, sehr viel mehr Kunden und ihre Beweggründe herauszufinden.

Inhalt

Es gibt im Entscheidungsprozess vom ersten Impuls bis zum Auftrag mehrere Menschen, die Dein Angebot durch ihre eigene Brille betrachten. Das bedeutet, dass für jeden etwas anderes wichtig ist.

Hierbei treffen wir meist auf vier unterschiedliche Typen:

1. der Empfehler;
2. der Beeinflusser;
3. der Entscheider

und

4. der Abzeichner.

Der *Empfehler* trägt eine Idee in das Unternehmen oder in einen Haushalt. Oft gibt es in Unternehmen Menschen, die auch einen Blick auf das Angebot werfen und ihre Meinung kundtun – das sind dann die *Beeinflusser*. Auch privaten Bereich, also bei einer B2C-Konstellation, sind das Freunde, Bekannte und Verwandte, die um ihre Meinung gefragt werden. Der *Entscheider* gibt am Ende grünes Licht, und der *Abzeichner* gibt den Auftrag frei. Somit hat jeder seine spezielle Aufgabe, und legt bei einem Angebot oder Werbetext wert auf etwas anderes.

Aufgabe

Überlege Dir, welche Informationen für wen wichtig sind und überlege hier auch, auf welche Widerstände und Einwände Du treffen kannst.

Der Empfehler

Wer trägt Deine Idee in ein Unternehmen, wer profitiert davon und was ist für ihn wichtig?

(Hinweis: Der Empfehler kann am Ende derjenige sein, der letztlich mit Deiner Lösung arbeiten/leben muss, bzw. der Empfehler kann auch Dein Endkunde sein.)

Der Beeinflusser

Wer beeinflusst die Entscheidung, bzw. wer hat zu Deinem Angebot seine eigene Meinung, und welche Einwände und Widerstände können hier auftreten?

Der Entscheider

Wer trifft am Ende WIRKLICH die Entscheidung und was könnte für ihn entscheidend und wichtig sein?

Der Abzeichner

Wer gibt letztlich Deinen Auftrag frei und welche Informationen sind für ihn wichtig?

Fazit

Überall, sowohl beim B2C als auch im B2B, tauchen diese Figuren in unterschiedlichen Konstellationen auf. Spiele einfach Rollenspiele und gib dem Empfehler, Beeinflusser, Entscheider und Abzeichner ein Gesicht, so dass Du dann später Deine Texte so schreiben kannst, dass einzelne Inhalte maßgeschneidert für die Brille der jeweiligen Figur ist.

Link zum Podcast

Weitere Informationen zur Aufgabenstellung und diesem Arbeitsblatt findest Du im zugehörigen Podcast.

[Hier geht es zum Podcast ...](#)