



Mit einfachen Mitteln im Handwerk viele Volltreffer landen

Die gute Nachricht: Es steckt viel Potential in unseren Handwerksbetrieben. Die schlechte, wir müssen was tun, damit wir es nutzen. Allein bei der Angebotsabwicklung und dem Nachhaken wird an vielen Stellen noch handgestrickt oder dem Zufall überlassen. Wer jedoch ein bisschen Arbeit in ein System steckt, kann so viel mehr erreichen und sich als netten Nebeneffekt den Alltag vereinfachen oder im Besten Fall noch weiter reduzieren.

Und auch in den bewegten Bildern stecken für den Handwerksbereich noch viele Möglichkeiten, wie unser Erfolgsbeispiel vom Steindoktor aus Berlin zeigt. Im starken Wettbewerb der Landeshauptstadt generiert er das Gros seiner Anfragen aus dem Internet, und das mit überschaubarem Einsatz. Auch Kunden behalten funktioniert einfach, nach dem Motto: Was der Kunde wert ist - gewusst wie! Und dann begeistern Sie ihn, am besten aktiv, wie bei der diesjährigen Refit-Bühne der boot 2016.

Selbst wenn Sie Ihren Pfad noch nicht genau kennen, überlassen Sie nichts dem Zufall - darum geht es in dieser Ausgabe des neuen Handwerkers

Ihre Claudia Schimkowski

für große und kleine Betriebe im Handwerk

TITELTHEMA

Erfolgspfad bekannt?

Viele Handwerker vertrauen beim Angebote Nachhaken immer noch dem Zufall



Der Markt wird härter: Fachwissen und Verkaufstechnik reichen nicht mehr aus. Kunden wollen im Mittelpunkt stehen und genau das Angebot bekommen, was zu ihnen passt. Viele Faktoren spielen bei der Angebotsvergabe mit. Doch selbst, wenn Sie im Angebot alles oder vieles richtig gemacht haben, bedeutet das noch lange nicht, dass Sie den Auftrag auch wirklich bekommen.

Da haben Sie viel Zeit und Mühe investiert das Angebot zu erstellen, es je nach Auftragsvolumen sogar persönlich beim Interessenten abgegeben - so weit so gut. Aber wie geht es jetzt weiter: Wann und wie haken Sie das abgegebene Angebot nach? In vielen Betrieben regiert der Zufall, mit dem was jetzt passiert. Fortschrittlich ist schon der, der überhaupt nach zwei bis drei Wochen telefonisch nachhakt. Oft ist dann noch keine Entscheidung gefallen. Mancheiner wirft an diesem Punkt die Flinte ins Korn, fühlt sich lästig oder gar wie ein Bittsteller. Doch bedenken Sie: Für Ihren Kunden ist diese Entscheidung viel schwerer, fachfremd, von unzähligen, nicht greifbaren Faktoren beeinflusst und vom Betrag her beachtlich. Hinzu kommt, Kunden haben Angst sich zu entscheiden, womöglich für den falschen Anbieter, das falsche Angebot, die falsche Lösung... und dann womöglich noch für ein zu

teures Angebot. Der Dienstleister erhält schließlich den Zuschlag, der zufällig im richtigen Moment zur Stelle ist.

Nutzen Sie genau dieses Wissen, um mit Ihren Kunden auch nach der Angebotsabgabe gezielt in Kontakt zu bleiben. Entwickeln Sie einmal Ihr ganz eigenes System aus Telefonaten, Mailings, Postkarten, Newsletter, um im entscheidenden Moment dann beim Kunden unaufdringlich präsent zu sein und den Abschluss zu machen. Und profitieren Sie gleichzeitig im Betrieb von schnellen Abläufen und starkem Service. Und überlassen Sie Ihren guten Kunden nicht mehr dem Zufall.

7 Angebotsablauf

Zeitraum nach	Kanal	Wer/was?
	Abgabe Angebot	<ul style="list-style-type: none"> • persönlich • Angebot • 1-Seitenflyer – Dach offen – Woran erkennt man ein „seriöses Angebot“?
2-3 Wochen	Telefonisches nachhaken	Herr Wiedmer oder Frau Wiedmer
4-6 Wochen	Versand	<ul style="list-style-type: none"> • Postkarte „Volltreffer“ • Mailing „Noch mehr Service/Was müssen wir tun, damit wir den Auftrag für Sie durchführen dürfen?“
6-8 Wochen	Rücklauf vom Kunden	
	erneuter Kontakt wenn gewünscht	Herr Wiedmer
12-14 Wochen	Versand	<ul style="list-style-type: none"> • Postkarte „Wie weit sind Sie?“ • Mailing „Sonderaktion“
14-16 Wochen	Rücklauf vom Kunden	
	erneuter Kontakt wenn gewünscht	
20 Wochen	Angebot abschließen	

DIE SICHER SAUBER SANIERER.

ZIMMEREI HOLZBAU WIEDMER