

Vom Angebotskönig zum Auftragskaiser

Dr. Johann Fischl, Februar 2023

Die Bestandskundenentwicklung ist neben der Neukundengewinnung der Haupttreiber für die Generierung generischen Wachstums im Unternehmen. Vor allem in Branchen, wo der Rückenwind der Branchenentwicklung gedreht hat und frontal von vorne kommt, verdient ein Vertriebsprozess besondere Beachtung, nämlich das Anfragemanagement. Es ist immer der richtige Zeitpunkt, sich diesen Prozess genauer anzusehen, um als Auftragskaiser mehr aus dem Tagesgeschäft herauszuholen.

Das Leben als Angebotskönig

Die Angebotskönige legen den Fokus auf die Angebotserstellung. Die Ressourcen im Vertriebsinnendienst werden darauf fokussiert, die Kundenanfragen möglichst rasch in Angeboten zu verarbeiten und diese per Mail an die Kunden weiterzuleiten. Damit wird der Ball den Kunden zugespielt und sehr oft bleibt er auch dort. Wenn er zurückkommt, wird das Angebot in einen Auftrag umgewandelt, kommt er nicht zurück, bleibt das Angebot offen und wird irgendwann zur Angebotsleiche. Die Conversion-Rate (Angebotserfolgsquote) bleibt auf der Strecke, wenn die Verkaufskontakte im Prozess nicht bespielt werden. Wichtige Erkenntnisse aus der Absage von Angeboten für die Weiterentwicklung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit bleiben ungenützt, und das Unternehmen wird nicht selten von Kunden für die Erstellung von Vergleichsangeboten benutzt, ohne Chance auf Auftragserteilung.

Wie Sie zum Auftragskaiser werden

Ein exzellenter Prozess des Anfragemanagements stellt sicher, dass die Vertriebsmitarbeiter so lange aktiv am Ball bleiben, bis der Kunde den Auftrag erteilt oder im negativen Fall das Angebot absagt. Dabei sind **4 Verkaufskontakte** (siehe Abb. 1) von Bedeutung: die Anfrageklärung, das Angebotsdokument, die Angebotspräsentation und die Angebotsverfolgung.

Der wichtigste Verkaufskontakt ist die **Anfrageklärung**. In dieser Phase ist die Gesprächsbereitschaft des Kunden am größten, denn er möchte etwas vom Unternehmen. Die Anfrageklärung bietet die Chance zum Beziehungsaufbau, der vor allem bei Neukunden extrem wichtig ist und die Chance auf zusätzliche Beratung als Voraussetzung für ein Cross- oder Up-Selling. Es bietet sich daher an, diese Anfrageklärung nicht nur bei Unklarheiten oder atypischen Kundenanfragen durchzuführen, sondern bei allen Neukunden und den Entwicklungskunden ohne intensive Geschäftsbeziehung. Als Kontaktart bietet sich ein Telefonat oder ein Online-Meeting an.

Die Anfrageklärung erlaubt die Erstellung eines Angebots, das den Kunden exakt bei seinen Bedürfnissen abholt. Das **Angebotsdokument** hat die Anforderungen bezüglich Übersichtlichkeit und Vollständigkeit zu erfüllen und bietet die Chance, in der nutzenorientierten Argumentation dem Kunden einen Grund zu geben, sich für das Angebot zu entscheiden.

Geht das Angebot per E-Mail an den Kunden, bedeutet das noch lange nicht, dass sich der Kunde auch mit dem Angebot beschäftigt. Das hat die **Angebotspräsentation** sicher zu stellen. In diesem Verkaufskontakt lenkt der Vertriebsmitarbeiter die Aufmerksamkeit des Kunden auf das eigene Angebot und geht mit ihm gemeinsam das Angebot durch. Dabei holt er den Kunden bei der Anfrageklärung ab und nützt die Technik der nutzenorientierten Argumentation, um unmittelbar den Verkaufsabschluss zu erzielen. Als Kontaktart bietet sich das Telefon, ein Online-Meeting oder ein Kundenbesuch an.

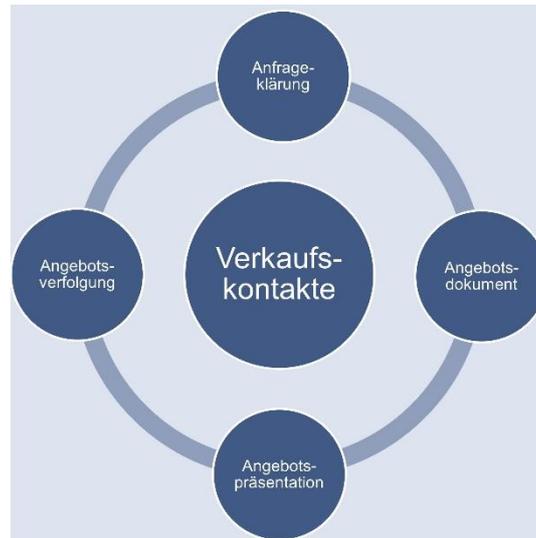


Abb. 1: Die Verkaufskontakte im Anfragemanagement (Quelle: CONSENZUM)

Kann sich der Kunde nicht unmittelbar für das Angebot entscheiden, bleibt der Vertriebsmitarbeiter in der **Angebotsverfolgung** so lange aktiv am Ball, bis der Kunde den Auftrag oder eine Absage erteilt. Das passiert dann in der Regel telefonisch. Im Fall einer Absage erhebt er den Absagegrund.

Das Leben als Auftragskaiser

Das Unternehmen profitiert von einer Performance-Steigerung im Tagesgeschäft. Eine **Auswertung** der Angebotsperformance und der Absagegründe je Vertriebsmitarbeiter und Kunde liefert wertvolle Impulse für eine kontinuierliche Verbesserung des Verkaufsprozesses und der relevanten Verkaufskontakte.

Die **CONSENZUM Managementberatung** unterstützt mittelständische Unternehmen im Rahmen der Kernkompetenz der Vertriebsentwicklung bei der Optimierung des Anfragemanagements, um mehr aus dem Tagesgeschäft herauszuholen.

Johann Fischl

CONSENZUM Managementberatung
fischl@consenzum.com | www.consenzum.com

Vertriebsentwicklung – Strategieentwicklung – Prozessoptimierung – Unternehmensnachfolge
