

Angebote und Rechnungen aufwerten

Texte kreativ gestalten

Merzen. Tausende Seiten Briefpapier verlassen jährlich einen Betrieb. Handwerker schreiben Angebote, Rechnungen, Auftragsbestätigungen, Weihnachtskarten und vieles mehr. Wirklich genutzt werden diese aber nicht. Unternehmer können ihren Schriftverkehr deutlich effektiver nutzen und damit den Umsatz ankurbeln.

Der erste Eindruck zählt. Deshalb sollten Betriebsinhaber überlegen, welches das erste Dokument ist, das der Kunde von ihnen erhält. Es ist besonders wichtig, schließlich gibt es für den ersten Eindruck keine zweite Chance. Wenn das erste Dokument ein Angebot ist, sollten Unternehmer auf keinen Fall einfach nur ihre Leistungen auflisten. Stattdessen sollten sie das Schreiben nutzen, um dem Kunden ihre Stärken zu zeigen. Das kann zum Beispiel eine Mehrwert-Garantie sein. Auf dieser sind zehn Punkte aufgeführt, die dem Interessenten wichtige Vorteile beim Kauf des Produktes darlegen.

Höhere Abschlussquote

Die kreative Nutzung des Angebots bringt gleich mehrere Vorteile. Erstens erhöht sie die Abschlussquote und zweitens können mit ihrer Hilfe höhere Preise durchgesetzt werden, wenn die Vorteile und Zusatzleistungen klar erläutert werden.

Oft ist das erste Dokument, das ein Kunde erhält, ein Anschreiben zu Prospektmaterial, das er angefordert hat. Auch hierbei sollten langes Gerede und Floskeln vermieden werden. Unternehmer sollten Anreize für den nächsten Schritt schaffen. Das kann zum Beispiel ein kleines Präsent sein für den Fall, dass der Angeschiedene innerhalb von x Tagen ein Angebot anfordert.

Natürlich möchte jeder Unternehmer, dass der Kunde seinen Betrieb möglichst positiv in Erinnerung behält. Doch wie sieht der letzte Kontakt aus? Über ihm prangt groß das „böse“ Wort „Rechnung“ und ein mehr oder minder großer Betrag, der innerhalb von einigen Tagen bezahlt

werden soll. Eine Rechnung ist prinzipiell ein negatives Dokument. Und es ist oft das letzte Dokument, das der Kunde vom Unternehmen sieht. Mit ein wenig Kreativität bleiben Unternehmer bei ihren Kunden dauerhaft in Erinnerung. Da reicht schon eine handschriftliche, persönliche Notiz. Die Aufschrift „Vielen Dank für Ihren Auftrag. Ich hoffe, wir konnten Sie vollkommen zufrieden stellen“, kann mit einer persönlichen Unterschrift bereits Wunder wirken. Gut funktionieren kann auch ein kleines Geschenk. Wenn für einen Kunden Parkett gelegt wurde, könnte man ihm eine kleine Flasche Pflegemittel mit der Rechnung schenken. Der Effekt ist, dass beim Kunden nicht mehr die Rechnung im Kopf ist, sondern das nette Geschenk.

Wichtig ist auch, dass Unternehmen nach der Zufriedenheit des Kunden fragen. Damit wird der Auftraggeber quasi gezwungen, Kritik zu äußern. Über den Schriftverkehr lassen sich so unzufriedene Kunden vielleicht doch noch zufrieden stellen.

Zahlungserinnerungen sollten stets höflich und persönlich geschrieben sein. Eine distanzierte Ansprache kann bei Mahnungen immer noch gewählt werden. Bei der Zahlungserinnerung sollten Unternehmer aber immer davon ausgehen, dass der Kunde schlichtweg vergessen hat, zu bezahlen, oder es gerade nicht kann, weil er auf anderes Geld wartet.

Mit ein wenig Einfallsreichtum kann die Rückseite eines Schreibens, die meistens unbedruckt ist, vorteilbringend genutzt werden. Auf der Rückseite einer Rechnung können zum Beispiel Leistungen abgebildet sein, die der Kunde nicht gekauft hat. So wird ihm gezeigt, was das Unternehmen sonst noch anzubieten hat.

Auf der Rückseite von Angeboten fallen Auszeichnungen positiv auf. Ein sanft hinterlegter Stempel mit der Inschrift „Servicepreis 2009“ oder sonstige Auszeichnungen oder Garantien werden dem Interessenten positiv in Erinnerung bleiben.