

ANGEBOTE ZUM ABSCHLUSS BRINGEN

Im heutigen Video habe ich Dir eine Möglichkeit vorgestellt, um aktiv auf den Vermittlungsprozess Einfluss zu nehmen und damit die Abschlussquote zu erhöhen. Es ging darum, die Rahmendaten des finalen Angebotes an den Kandidaten mit diesem hypothetisch anzutesten, bevor der Kunde das finale Angebot unterbreitet bzw. den Vertrag versendet. Dadurch lässt sich das Risiko einer Diskrepanz zwischen Vorstellung des Kandidaten und tatsächlichem Angebot minimieren.



Um dies tatsächlich so durchführen können, empfiehlt es sich, dem Kunden diese Vorgehensweise schon früh im Prozess vorzustellen. Erfahrungsgemäß sehen manche Kunden nicht den Vorteil und wollen lieber selber das Angebot machen. Aus diesem Grund ist es wichtig, die Vorteile des Vorgehens für den Kunden kommunizieren zu können. Stelle es als einen Service für ihn heraus, nicht als etwas, womit er Dir einen Gefallen tut!

Im Folgenden habe ich Dir einmal zwei Beispiele formuliert. Sie ähneln sich, aber ich wollte sie Dir trotzdem beide anbieten:

Beispiel 1:

Lieber Kunde,

Das erste Interview lief gut und der Kandidat ist noch immer an ihrem Unternehmen interessiert. Ich weiß aus Gesprächen mit ihm, dass er noch weitere Angebote hat. Um den Kandidaten für Sie zu gewinnen, schlage ich folgendes Vorgehen vor:

Sollten Sie sich im zweiten Interview entscheiden, ihm ein Angebot machen zu wollen, kommunizieren sie es ihm bitte noch nicht.

Ihr Vorteil ist, dass ich im Prozess als dritte objektive Partei fungiere. Das bedeutet, dass ich in meiner Funktion die anderen Angebote besser hinterfragen und ihres schon einmal hypothetisch abklopfen kann. So wissen wir, welche Chancen ihr Angebot hat und können im Zweifelsfall direkt nachbessern.

Erfahrungsgemäß gibt es nämlich selten ein zurück, wenn das Angebot final kommuniziert oder der Vertrag gar schon versandt wurde.

Der Kandidat entscheidet sich dann anhand dessen, was er vorliegen hat. Ist unser Angebot nicht gut, ist der Kandidat sehr wahrscheinlich verloren.

Passt das Vorgehen so für Sie?

Beispiel 2:

Lieber Kunde,

ich empfehle, dass wir im Angebotsprozess aktiv zusammenarbeiten.

Erfahrungsgemäß haben gute Kandidaten immer mehrere Angebote vorliegen, wenn sie offen sind für einen Wechsel. Bezüglich des finalen Angebotes gibt es deswegen oft nur einen Versuch. Damit dieser Versuch erfolgreich ist, schlage ich vor, dass ich - bevor sie das Angebot unterbreiten - dieses vorab hypothetisch abprüfe. So bleibt uns im Falle der Abweichung die Möglichkeit, das Angebot nachzubessern. Wäre das für sie in Ordnung?

Ja. Was heißt das dann genau?

Gut. Dies würde nun konkret bedeuten, dass sie - wenn sie dem Kandidaten ein Angebot machen möchten - dieses zuerst MIT UNS besprechen. Mir als objektive dritte Partei ist es dann möglich, dieses mit dem Kandidaten hypothetisch und im Vergleich mit den anderen Angeboten durchzusprechen. Am Ende kann ich ihnen dann sagen, unter welchen konkreten Bedingungen der Kandidat das Angebot annehmen würde.

Wie bereits erwähnt ist es hilfreich, den Kunden schon frühzeitig im Prozess auf dieses Vorgehen vorzubereiten. Sieht der Kunde den Vorteil, erhöht dies Deine Prozesssteuerung und Rolle als aktiver Berater ungemein. Die Zeiten, dass sich Kunde und Kandidat hinter Deinem Rücken direkt (und ohne Dein Wissen) miteinander abstimmen sollten dann auch vorbei sein.

Solltest Du Fragen dazu haben, schreibe Sie gern in die Kommentare in meinen Blog oder ruf mich an.



Wenn Du gern intensiver mit mir persönlich arbeiten möchtest, dann trete mit mir in Kontakt. Wir besprechen in einem kostenfreien Beratungsgespräch, wie genau ich Dir weiterhelfen kann.

Ich wünsche Dir viel Erfolg beim Ausprobieren!

Bis bald,
Deine

Simone