

QBC

WHITEPAPER

ANGEBOTSERFOLG



VOM NR.1-ANGEBOTSEXPERTEN

PATRICK HOFSTADT

QBC | QUALITY BID CONSULTING Angebotsberatung
Am Burgberg 34, 58642 Iserlohn
+49 2374 8499 86-0

www.angebotstraining.de | www.angebotegewinnen.de

CONVERSION RATE INCREASE

ÜBERBLICK

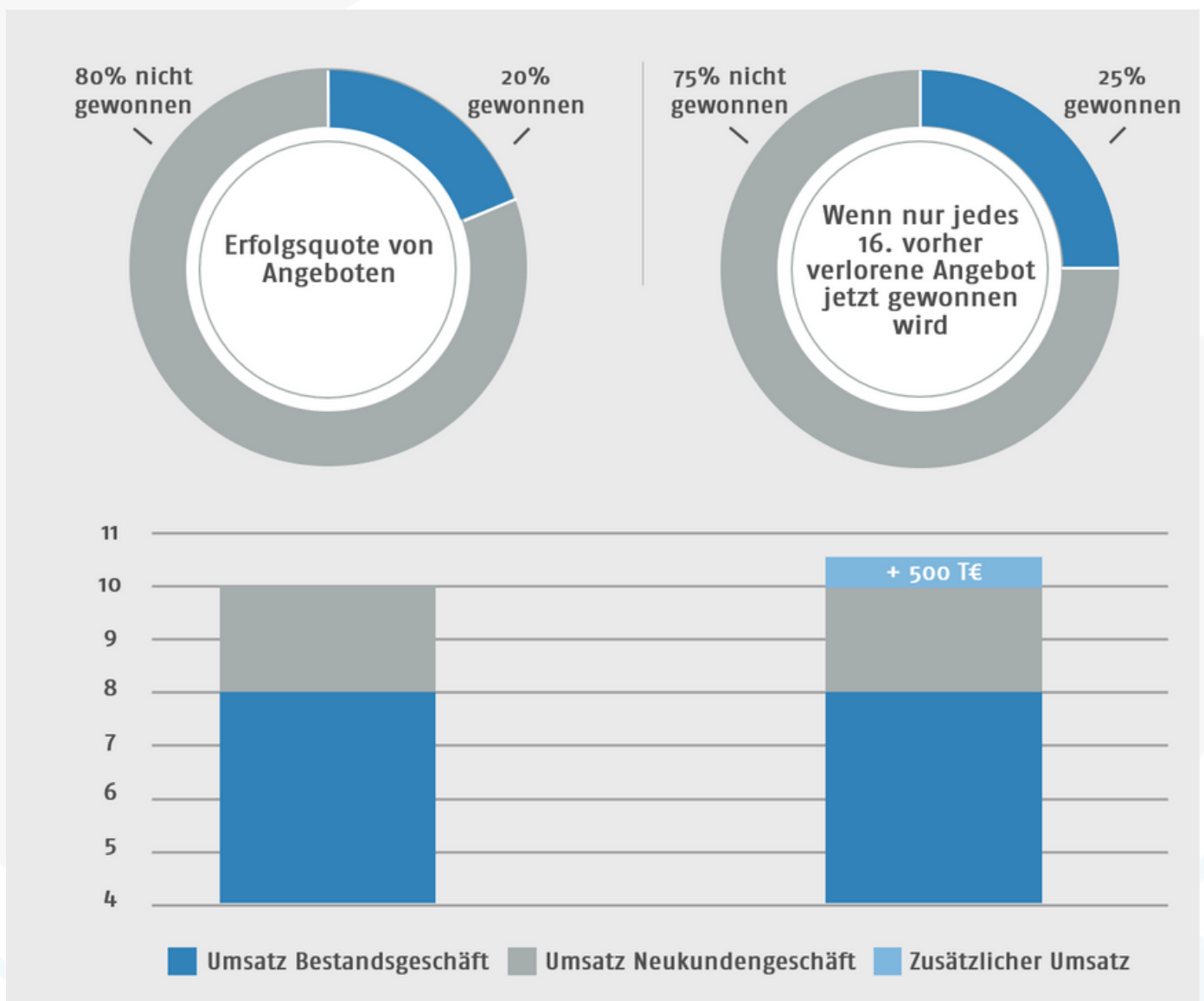
Kennst Du die Gewinnquote Deines Unternehmens? Weißt Du, wie viel Geld Du in Deals investierst, die letztendlich doch an die Konkurrenz gehen? Besitzt Du definierte Kriterien, wann es sich lohnt, ein Angebot zu erstellen und wann nicht? Sind Deine Angebote reine Preislisten oder sind es erklärende Individualbroschüren, die den Kunden an die Hand nehmen und in eine entscheidungsfähige Situation versetzen? Kannst Du die Qualität Deiner Angebotsdokumente im Vergleich zu Deiner Konkurrenz einschätzen oder auf einer Skala von eins bis zehn beziffern?

Im Schnitt gewinnen Unternehmen in Deutschland nur eines von vier erklärungsbedürftigen Angeboten. Diese Quote erstreckt sich über verschiedene Branchen und nahezu alle Unternehmensgrößen. Wenn sich auch Deine Gewinnquote in einem Bereich von 20 bis 30% befindet, bist Du also in allerbesten Gesellschaft. Das bedeutet aber auch, dass Du im Schnitt drei von vier Angeboten verlierst. Und hinter diesen verlorenen Angeboten steht nicht nur ein großer Anteil Deines Vertriebsbudgets. Die Zahl ist gleichbedeutend mit unnötigen Arbeits- und Überstunden und viel Frust. Doch das muss nicht sein!

DIE GEWINNQUOTE HEBEL FÜR DEN ERFOLG

Das folgende Rechenbeispiel geht von einem Unternehmen mit 10 Mio. € Umsatz, 20% Umsatzanteil im Neukundengeschäft und einer Gewinnquote im Neukundengeschäft von 20% aus.

Das Unternehmen erwirtschaftet bei einer Gewinnquotensteigerung von nur 5 Prozentpunkten 500.000 € zusätzlichen Umsatz. Um dieses Ziel zu erreichen, muss rechnerisch nur jedes 16. vorher verlorene Angebot nun gewonnen werden.



Die Gewinnquote ist ein mächtiger Umsatzhebel. Oft genügt allein die Etablierung eines Mindeststandards für verkaufsstarke Angebote, um die Gewinnquote spürbar zu verbessern und so für mehr Umsatz zu sorgen. Die Erhöhung von 20% auf 25% entspricht einem Plus von 25%. Die Erhöhung von 50% auf 55% entspricht immer noch einem Zuwachs von 10%.

BIET-ENTSCHEIDUNGEN DEN ERFOLG STEUERN

Die realen Kosten der Angebotserstellung inklusive aller Vorarbeiten, aller unbezahlten Überstunden und der Zuarbeiten aus den sogenannten "Eh-da"-Bereichen betragen im Durchschnitt ca. 1-2% der Angebotssumme.

Strukturierte Biet-Entscheidungen helfen dabei, besser prognostizieren zu können, wann eine Angebotsabgabe sinnvoll ist und wie viel Arbeit hineinsteckt werden sollte. Sie sorgen dafür, dass Sie Ressourcen gezielt in die Deals stecken können, die eine hohe Gewinnwahrscheinlichkeit besitzen und sind zugleich ein wertvolles Qualifizierungswerkzeug für Ihren Vertrieb.

In Form einer standardisierten Vorlage oder Checkliste bieten sie Ihren Mitarbeitenden wertvolle Hilfe zur Selbsthilfe und bilden nach und nach die Datenbasis für eine kontinuierliche Verbesserung des gesamten Entscheidungsprozesses.

Die folgenden sechs Fragenkategorien sind typisch für strukturierte Biet-Entscheidungsprozesse. Sie sollten unternehmensindividuell ausdetailliert werden, um eine wirklich valide Entscheidungsvorlage zu bekommen und nicht nur eine bürokratische Hürde, die in der Praxis problemlos übersprungen werden kann. Die Regel muss lauten:

"Jeder Deal hat so lange den Status "No Bid", bis die Bietentscheidung hinreichend begründet wurde."

LEITFRAGEN FÜR BESSERE BIET-ENTSCHEIDUNGEN

1. Ist der Deal echt?

Ist die Anfrage valide oder möchte der Einkauf nur den Preis des gesetzten Bieters "drücken"? Gibt es bei öffentlichen Ausschreibungen Indizien dafür, dass die Vergabestelle gar nicht an einem fairen Wettbewerb interessiert ist?

2. Ist der Deal gewollt?

Ist die Anfrage fachlich-inhaltlich passend zu den strategischen Unternehmenszielen und zur aktuellen Ausrichtung? Ist der Kunde solvent?

3. Ist der Deal zu gewinnen?

Sind die Entscheider bekannt und sind die hinter der Anfrage stehenden Schmerzen des Kunden bekannt, die durch den Auftrag gelöst werden sollen?

4. Ist der Auftrag umsetzbar?

Welche Konsequenzen würden sich für andere Projekte ergeben? Passt die Anfrage in die derzeitige Auslastung?

5. Besitzen wir eine überzeugende Story?

Wie stehen wir im Wettbewerb? Kennen wir die Konkurrenz? haben wir Stärken oder USPs?

6. Haben wir Zeit für das Angebot?

Besitzen wir die Ressourcen, um ein Top-Angebotsdokument zu erstellen, mit dem wir dem Kunden beweisen, dass wir für ihn der Top-Anbieter sind?

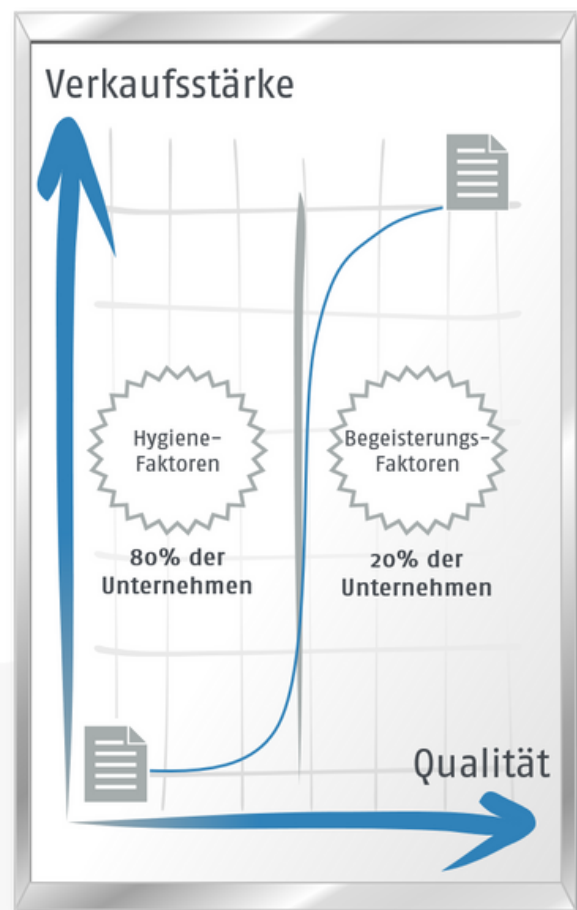
QUALITÄT STANDARDS SETZEN

Objektiv schlechte Angebote mit offensichtlichen Fehlern verkaufen sich auch schlecht. Sehr gut ausgearbeitete Angebote verkaufen sich hingegen deutlich besser. Setzt man Verkaufswahrscheinlichkeit und Qualität miteinander in Beziehung, so wie in dem Diagramm auf der rechten Seite, dann verläuft die Kurve zwischen den Fällen nicht linear, sondern s-förmig. Denn ab einem bestimmten Punkt ist es sehr leicht, sich mit nur wenig mehr Qualität vom Markt abzusetzen.

Der Effekt ergibt sich aus der Tatsache, dass der Großteil der Unternehmen in Deutschland seine Angebote nach wie vor als "Preislisten" gestaltet und auch bei erklärenden, umfangreichen Angeboten nur die Hygienefaktoren sicherstellt (Rechtschreibung, kaufmännische Vollständigkeit etc.). Nur sehr wenige Unternehmen gehen hingegen die Extrameile und stellen detailliert, plakativ und umfassend den Transfer zwischen ihrem Leistungsinhalt und der Situation des Kunden her. Aber genau dieses individuelle Eingehen auf den einzelnen Kunden führt zu echter Differenzierung vom Wettbewerb und zu mehr Vertrauen im entscheidenden Moment des Vertriebsprozesses.

Quality Bid Consulting hat rund 40 handwerklich nachvollziehbare und somit messbare Kriterien für die Angebotsqualität definiert - die alle einen Einfluss auf die Gewinnwahr-

scheinlichkeit eines Angebotes haben. Da die meisten Unternehmen am Markt nur einen Bruchteil dieser Kriterien kennen, können sich die wenigen Anbieter, die darüber hinausgehende Kriterien kennen, mit vertretbarem Mehraufwand massiv abheben. Diese Chance solltest Du nutzen!



Quality Bid Consulting hat rund 40 Qualitätskriterien für verkaufsstarke Angebote ermittelt. Wer diese nutzt, sticht mit nur wenig Mehraufwand sichtbar aus der Masse heraus.

EFFIZIENZ PROZESSE VERBESSERN, WERKZEUGE NUTZEN, ZUSAMMENARBEIT ERMÖGLICHEN

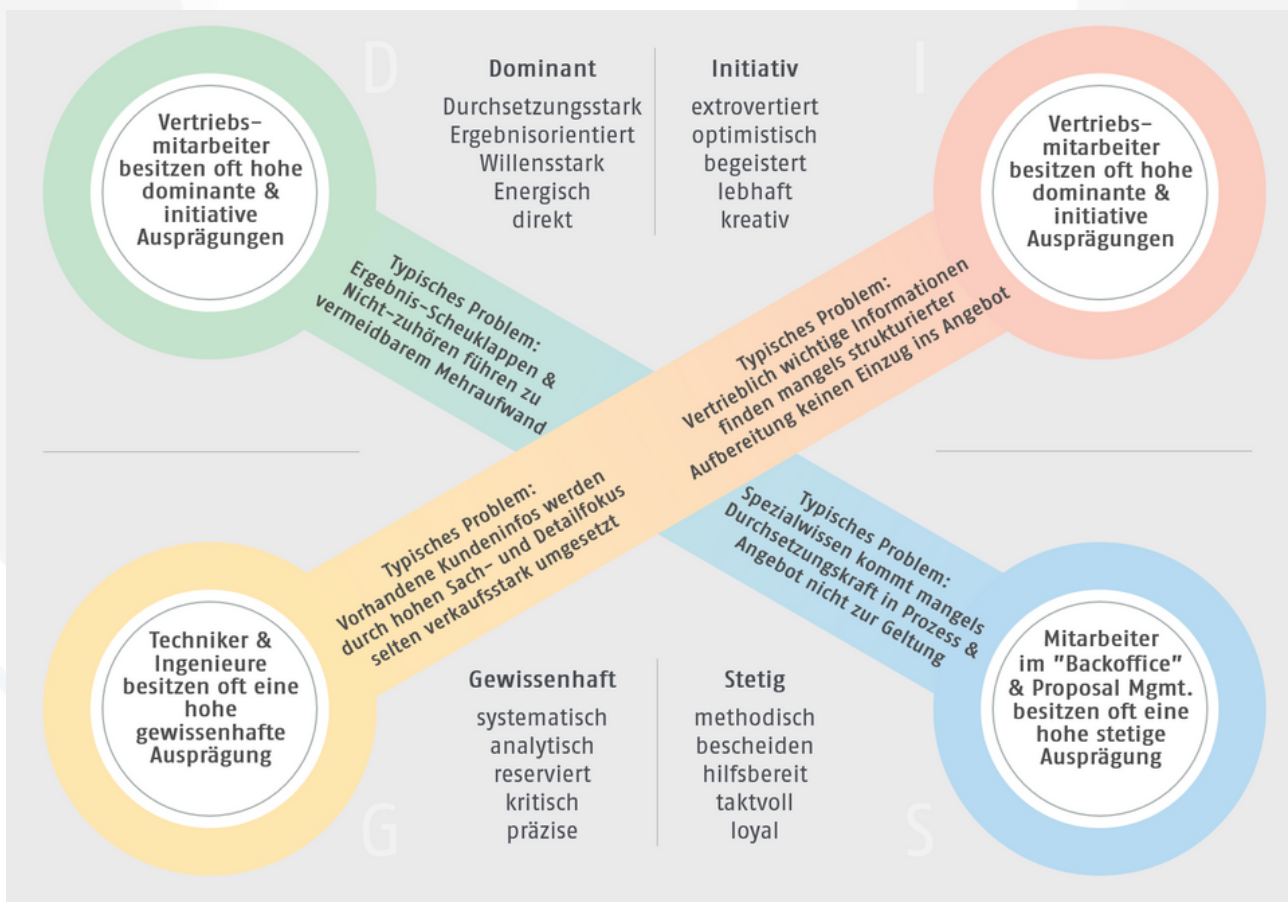
In vielen Unternehmen konzentriert sich der Angebotsprozess auf kaufmännische Fakten. Er beantwortet aber nicht die Frage, wie sich Angebote zeitsparend in gleichbleibend hoher Qualität erstellen lassen und die Erstellung zugleich einfacher und professioneller wird.

QBC rät seinen Kunden regelmäßig zu:

- strukturierten Biet-Entscheidungen
- Kick Offs als Produktiv-Meetings
- einem iterativen Vorgehen mit einem frühen ersten Prüfmeilenstein
- Eskalationsprozessen zur Sicherung von Prozess und Qualität
- Berücksichtigung von Angebotsqualität und Prozesstreue im Rollenmodell & Definition dazugehöriger KPI

QBC empfiehlt zudem, die Schnittstelle zwischen Vertrieb und Fachabteilung/Technik aktiv zu moderieren oder alternativ die Übergabe von Informationen an dieser Schnittstelle mit einem Übergabedokument oder einem Fragenkatalog zu standardisieren.

Zudem sollten betroffene Mitarbeiter dafür sensibilisiert werden, dass Menschen aufgrund ihrer Verhaltenspräferenzen die Welt verschieden wahrnehmen und auch unterschiedlich kommunizieren. Dies verbessert den Informationsfluss und ist eine zentrale Voraussetzung für mehr Kundenfokus im Angebot. QBC empfiehlt, hierzu das DiSG-Persönlichkeitsmodell zu nutzen.



DU MÖCHTEST DAS NICHT ALLEINE UMSETZEN? KEIN PROBLEM: WIR SIND FÜR DICH DA.

Seit 2015 helfen wir unseren Kunden dabei, mehr Angebote zu gewinnen und die Angebotserstellung zu vereinfachen. Dabei konnten wir Gewinnquoten um bis zu 30 Prozentpunkte steigern und die Erstellungszeit um bis zu 20 Prozent beschleunigen. Zugleich konnten wir in vielen Fällen Projektrisiken bereits im Angebot wirksam begrenzen und so das Projektergebnis verbessern. Die Resultate unserer Kunden: Mehr Umsatz, mehr Gewinn und deutlich weniger Frust.

Weitere Informationen zu unseren Dienstleistungen erhältst Du unter www.qb-c.de.

Sprich uns an!



Patrick Hofstadt
Geschäftsführer
QBC Angebotsberatung
T +49 2374 8499 86-0
hofstadt@qb-c.de

QBC greift auf das Wissen der besten Angebotsmanager Deutschlands zurück. Wir bereiten internationale Standards für den deutschen Markt auf und vermitteln sie Dir und Deinen Mitarbeitern. Damit sich Deine Dienstleistungen, Lösungen und Produkte zukünftig noch besser verkaufen.

