
NACHFASSEN MIT WIRKUNG

Wie Sie verlorene und potenzielle
Kunden wiedergewinnen

Wann Nachfassen Sinn macht

Nachdem ein potenzieller Kunde Interesse an Ihrer Dienstleistung bekundet hat und Sie ihm zügig ein Angebot zugesandt haben, bleibt eine Rückmeldung aus. In solchen Fällen ist es ratsam, ein Follow-up durchzuführen. Es besteht die Möglichkeit, dass der potenzielle Kunde Ihr Angebot nicht erhalten hat oder es schlichtweg übersehen wurde. Vielleicht möchte der Kunde Sie auch vertrösten, aufgrund von Unsicherheiten oder Bedenken.

Entscheidend beim Nachfassen sind Ausdauer und Nachhaltigkeit.

Durch den Versand einer Follow-up-Mail oder einen entsprechenden Anruf können Sie sich erneut in das Bewusstsein des Interessenten rufen. Insbesondere ein persönliches Gespräch kann im Vergleich zur Konkurrenz, die möglicherweise ebenfalls ein Angebot vorgelegt hat, einen entscheidenden Vorteil darstellen und letztendlich zum erfolgreichen Abschluss führen.

Die zeitliche Spanne zwischen dem Angebot und dem Follow-up kann nicht pauschal festgelegt werden. Falls sich der Interessent jedoch innerhalb einer Woche nach Erhalt des Angebots nicht bei Ihnen gemeldet hat, fragen Sie nach, ob die E-Mail angekommen ist und ob Ihr Kunde eventuell noch Rückfragen zum Angebot hat.



Nachfassen in 5 Schritten

Schritt 1: Die richtige Einstellung

All die schönen und tollen Angebot nutzen nichts, wenn Sie keine Bereitschaft zur Nachverfolgung haben. Ihre Einstellung ist entscheidend: „Ich bleibe dran und gebe nicht auf.“ Diese Haltung hilft es zu vermeiden, dass man meint, der Auftrag sei bereits gesichert und bedürfe keiner weiteren Pflege. Ersetzen Sie diesen Gedanken durch: „Ein Auftrag ist erst dann real, wenn die Unterschrift unter dem Vertrag steht.“ Manche Verkäuferinnen und Verkäufer betrachten das Nachfassen als lästig; jedoch ist es unerlässlich, um einen Auftrag zu erhalten.

Schritt 2: Professionell nachfassen

Die Nutzung der neuen Medien bietet hervorragende Möglichkeiten, Ihre Nachfass-Aktivitäten zu optimieren. Ein Erinnerungsanruf, eine E-Mail oder eine SMS sind Standard, aber warum nicht auch einen persönlichen **Video-Online-Call** einsetzen? Auch ein klassischer Nachfassbrief, persönlich zugestellt, kann die Aufmerksamkeit des potenziellen Kunden erwecken. Die Verbindung von Online- und Offline-Kontakten ist besonders effektiv, da persönlicher Kontakt die Anonymität mancher Onlinekontakte aufbricht. Eine gezielte Nachverfolgung durch persönlichen Kontakt erhöht die Kundenbindung, insbesondere wenn sie mit einem Zusatznutzen verbunden ist, wie etwa die Weiterleitung zu informativen Artikeln auf Ihrer Website.



Schritt 3: Den Entscheider identifizieren

Bei Entscheidungen über Angebotsannahmen sind oft mehrere Personen beteiligt. Erstellen Sie eine Liste aller Beteiligten, um Ihr Nachfassen individuell auszurichten. Beachten Sie deren Präferenzen und Besonderheiten. Einige bevorzugen persönliche Telefonate, während andere lieber per E-Mail oder Sprachnachrichten kontaktiert werden möchten. Ein vielfältiger Mix aus Online- und Offline-Aktivitäten, wie Videobotschaften, Video-Online-Calls, Social-Media-Kontakte und Telefonate, ermöglicht es, unterschiedliche Präferenzen zu bedienen und die Persönlichkeit des Ansprechpartners in den Fokus zu rücken.

Schritt 4: Arbeiten Sie im Team

B2B-Aufträge sind oft komplex, und die Entscheidungsfindung erfolgt in verschiedenen Abteilungen. Daher ist es sinnvoll, beim Nachfassen im Team zu agieren. Gemeinsam können Sie überlegen, welche Inhalte und Ansätze kreativ in das Nachfass-Gespräch eingeführt werden können. Und wer bei wem nachfassen kann.

Schritt 5: Entscheidung herbeiführen

Überlegen Sie sich, mit welchen konkreten Nachfass-Fragen sich eine Kundenentscheidung herbeiführen lässt. Eine Möglichkeit ist:

„Wie denken Sie heute über meine Engpasslösung, die ich im Angebot vom 15. Oktober zusammengefasst habe?“

Sprechen Sie den Kunden darauf an, was Sie konkret tun können, um ihm die Entscheidung zu erleichtern. Hier drei Mustersätze:

1. Mit unserem Angebot erhalten Sie nicht nur eine hochwertige Buchhaltungslösung, sondern auch exklusive Zusatzleistungen, die Ihre individuellen Bedürfnisse optimal abdecken. Wann dürfen wir mit Ihnen zusammenarbeiten?
2. Unsere Lösung wurde speziell auf Ihre Anforderungen zugeschnitten, um Ihnen maximale Effizienz und Kosteneinsparungen zu bieten. Sind Sie bereit, den nächsten Schritt zu gehen und dieses massgeschneiderte Angebot anzunehmen?
3. Viele unserer Kunden haben bereits von den Vorteilen unseres Angebots profitiert und ihre Zufriedenheit betont. Möchten auch Sie von diesen Erfolgen profitieren? Lassen Sie uns gemeinsam den Vertragsabschluss vollziehen.

Bieten Sie einen Mehrwert

Zeigen Sie Ihrem potenziellen Kunden, welche zusätzlichen Leistungen er bei Ihnen erhält. Statt sofort auf das Angebot zu sprechen zu kommen, weisen Sie ihn auf Ihre **zusätzlichen** Dienstleistungen hin, wie zum Beispiel eine kostenlose Einführung in Ihre Buchhaltungs-Software oder nützliche Fachinformationen, die er regelmässig erhalten soll.

Untermauern Sie alle wichtigen Punkte, die für Ihre Dienstleistung sprechen, mit Kundenstimmen oder Fachmeinungen. Nutzen Sie Erfahrungsberichte und Fallstudien, die Ihr Können und Ihre Expertise zeigen.

Kein Konjunktiv

Vermeiden Sie die Verwendung von «könnte», «dürfte», «sollte». Schreiben Sie stattdessen aktiv und ohne Hilfsverben.

Statt: «Wann dürfen wir uns Ihnen vorstellen?».

Besser: «Gerne stellen wir uns Ihnen vor.»

Statt: «Sollte Ihnen unsere Dienstleistung gefallen, würden wir uns gerne mit Ihnen treffen.»

Besser: «Bei Gefallen unserer Vorschlags kommen wir gerne bei Ihnen vorbei.»

Auf geht's!

Schlagen Sie direkt einen Termin vor.
So muss der Empfänger Ihnen antworten,
auch wenn der Termin nicht passt.



Betreffzeile: Wünschen Sie weitere Informationen?

Guten Tag (Name)

ich hoffe, dass Sie bereits Gelegenheit hatten, meine vorherige E-Mail zu lesen und sich unser Angebot anzusehen.

Was sind Ihre Gedanken zu meinem Vorschlag? Ich würde das Angebot gerne noch einmal kurz am Telefon durchgehen und Ihnen alle Fragen beantworten, die Sie haben.

Wann passt Ihnen ein kurzes Gespräch?

Freitag, x.y.2024 um 9 h?

Ich freue mich auf Ihren Bescheid und grüße freundlich

Betreffzeile: Benötigen Sie zusätzliche Informationen zu unserem Buchhaltungsangebot?

Guten Tag Name

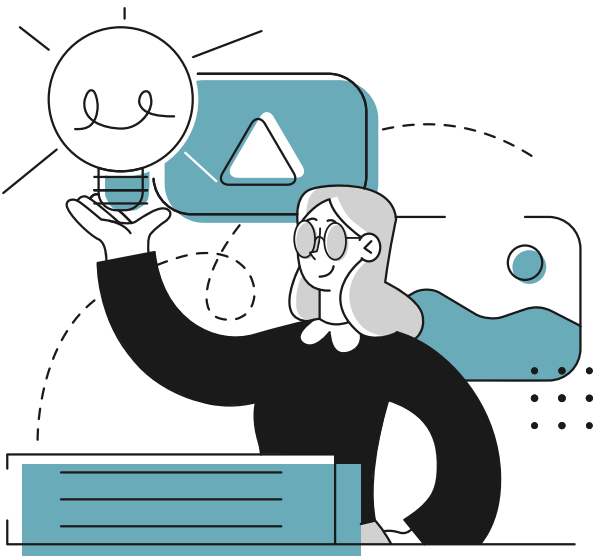
ich hoffe, Sie haben unser Buchhaltungsangebot erhalten. Falls Sie weitere Informationen benötigen oder spezifische Anpassungen wünschen, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung. Lassen Sie es mich wissen, wie ich Sie am besten unterstützen kann.

ODER

nach dem Versenden unseres Angebots für Treuhand-Dienstleistungen und Buchhaltung möchten wir sicherstellen, dass alle Ihre Fragen beantwortet sind. Wie möchten Sie den nächsten Schritt angehen? Eine kurze Rücksprache oder eine persönliche Besprechung?

ODER

ich hoffe, Sie hatten ausreichend Zeit, unser Angebot für Buchhaltungsdienstleistungen zu überprüfen. Ihr Feedback ist uns wichtig. Könnten Sie uns mitteilen, wie wir unser Angebot besser an Ihre Bedürfnisse anpassen können?



Weitere Formulierungen

1. Ich hoffe, Sie hatten ausreichend Zeit, das von uns erstellte Angebot für Buchhaltungsdienstleistungen zu prüfen. Wir würden gerne wissen, ob Sie weitere Fragen haben oder ob wir noch etwas für Sie klären können.

2. Wir möchten sicherstellen, dass Ihnen unser Angebot für die Buchhaltungsdienstleistungen vollständig vorliegt. Falls Sie noch Unsicherheiten haben oder weitere Details benötigen, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

3. Ich hoffe, Sie konnten unser Angebot für Buchhaltungsdienstleistungen prüfen. Wir sind gespannt auf Ihr Feedback und würden gerne wissen, ob wir Anpassungen vornehmen können, um Ihren Anforderungen besser gerecht zu werden.

4. Wir sind weiterhin sehr interessiert, Sie bei Ihren Buchhaltungsaufgaben zu unterstützen. Könnten Sie uns mitteilen, ob unser Angebot für Sie passend ist oder ob es noch Punkte gibt, die wir für Sie optimieren können?

5. Ich wollte nachfragen, ob Sie bereits Gelegenheit hatten, unser Angebot für Buchhaltungsdienstleistungen zu überprüfen. Wir stehen bereit, um offene Fragen zu klären und sicherzustellen, dass alle Details Ihren Erwartungen entsprechen.

6. Uns ist wichtig, dass unser Angebot Ihren Bedürfnissen entspricht. Falls Sie spezifische Anpassungen wünschen oder weitere Informationen benötigen, lassen Sie es uns bitte wissen. Wir sind gerne bereit, Ihr Anliegen zu besprechen.

7. Wir hoffen, dass unser Angebot für Buchhaltungsdienstleistungen Ihren Anforderungen entspricht. Falls Sie noch Unsicherheiten haben oder weitere Informationen benötigen, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

8. Die Zeit für Ihr Feedback zu unserem Angebot für Buchhaltungsdienstleistungen ist gekommen. Wir sind gespannt darauf, Ihre Gedanken zu hören und sicherzustellen, dass wir alle Ihre Erwartungen erfüllen.

9. Wir haben Ihr Interesse an unseren Buchhaltungsdienstleistungen sehr geschätzt. Haben Sie bereits Gelegenheit gehabt, unser Angebot zu prüfen? Wir würden gerne erfahren, ob Sie bereit sind, den nächsten Schritt zu gehen.

10. Wir hoffen, unser Angebot für Buchhaltungsdienstleistungen entspricht Ihren Erwartungen. Wenn Sie weitere Informationen oder Klarstellungen benötigen, lassen Sie es uns bitte wissen. Wir stehen bereit, um Sie bestmöglich zu unterstützen.



Ihre Blogs und Newsletter fix-fertig geschrieben

Lesbar, verständlich, einfach

Der infovox-Newsletter ist ein fertig geschriebener Newsletter, der das Wichtigste aus den Bereichen Wirtschaft, Steuern und Recht enthält.

Sie sparen Zeit und können Ihre Kundinnen und Kunden monatlich mit kompakt informieren

Die Texte sind sorgfältig recherchiert und leicht verständlich aufbereitet. Die aktuellsten Gerichtsurteile erhalten Sie zusammengefasst und einfach geschrieben.

**Für Ihre Kundinnen und Kunden.
Einfach und klar.**

**Bestellen Sie jetzt Ihren kostenlosen
Probe-Newsletter:
info@infovox.ch**

