

- Spiegelt die äußere Form des Angebot die Wertigkeit ihrer Leistung wieder?
- Haben sie alle Floskeln eliminiert?
- Ist Ihr Angebot von unnötigen Fremdwörtern, unverständlichen Fachchinesisch und Abkürzungen gesäubert?
- Sind in Ihrem Angebot alle wichtigen Substantive mit einem Adjektiv versehen?
- Sind Ihre Produkte und Dienstleistungen –soweit passend- emotionalisiert beschrieben?
- Haben Sie den Grundsatz „Auffallend anders“ berücksichtigt?
- Sind die Informationen in Ihren Angeboten qualitativ und quantitativ nachweisbar?
- Haben sie eine klare Korrelation zwischen Ausgangssituation und Zielsetzung sowie dem individuellen Nutzen geschaffen?
- Zitieren sie auch Äußerungen des Kunden in Ihrem Angebot?
- Ist Ihr Angebot als reine Produktdarstellung oder als wirkliche Lösung für den Kunden formuliert?
- Verwenden Sie konkrete Aussagen anstelle nichtssagender Begriffe, wie „Qualität“, „Service“ und „Kompetenz“?
- Gibt es Metaphern, Bilddarstellungen oder Gedankenstützen in Ihrem Angebot, die dem Kunden das Behalten und Zuordnen von positiven Merkmalen erleichtern?
- Arbeiten Sie in Ihrem Angebot mit Farben oder Farblichen Akzenten?
- Sind Referenzen oder andere Beweise der Zufriedenheit ihrer Kunden im Angebot enthalten?
- Nutzen Sie mehrere Punkte, um das „Wie“ Ihrer Arbeit genau zu beschreiben?
- Kommunizieren Sie vor der Leistungserbringung den exakten Wert der Leistung und welche möglicherweise für den Kunden nicht sichtbare- Leistungen im Vorfeld nötig waren?
- Haben Sie alle Negativ-Formulierungen zu dem, was Sie nicht können, gestrichen?
- Haben alle passiven Satzkonstruktionen durch aktiven Satzbau ersetzt?
- Bauen Sie in Ihr Angebot Elemente ein, die den Kunden neugierig auf das ganze Angebot machen?
- Verfolgen Sie eine klare Preisstrategie?
- Stellen Sie die Summen evtl. nach der Divisionsmethode in für den Kunden sinnvollen Preisfragmenten dar? (Preis pro Teilnehmer statt Gesamtsumme des Trainings für 45 Mitarbeiter)
- Formulieren sie in der Nähe der Endsumme auch noch eine Nutzenargumentation oder eine Nutzenzusammenfassung?
- Berechnen Sie den ROI (Return on Investment)