

## 10 MUST-HAVE Elemente eines unwiderstehlichen Angebots

Viele Business Probleme - von Anzeigen, die nicht funktionieren, bis zu E-Mails, die keinen Umsatz erzielen - können durch eine gezielte Optimierung deines Angebots gelöst werden.

Es lohnt sich genau hier anzusetzen, denn ein Angebot ist nicht nur ein Produkt. Ein Angebot umfasst das gesamte Paket, die Erfahrung, den Wert und das (gute) Gefühl, das deine Kunden und Partner bekommen. Wenn dein Angebot einzigartig und unwiderstehlich ist, dann

- macht das den Unterschied aus zwischen "Ich überlege es mir" zu "Das MUSS ich haben!".
- wirst du besser sein als dein Wettbewerb, weil deine idealen Kunden verstehen, dass DU DIE perfekte Lösung für sie hast.
- wirst du aufhören jedem Kunden hinterherzulaufen und nur mit Kunden zusammenarbeiten, die dein Angebot wertschätzen und gerne dafür bezahlen.



## Hier ist eine 10-Punkte-Checkliste, um sicherstellen, dass dein Angebot unwiderstehlich ist:

- 1 Es ist kein Produkt, es ist ein Angebot**

Jedes Produkt löst (im Idealfall) ein Problem, schafft aber oft auch neue Probleme. Das ist deine Chance aus einem Produkt ein unwiderstehliches Angebot zu machen, indem du zusätzlichen Wert schaffst und ein einzigartiges Paket zusammenstellst. Solange du "nur" ein Produkt hast, bist du im Markt weder sichtbar noch unterscheidbar und kannst im schlimmsten Fall nur durch Dumpingpreise Kunden gewinnen, was natürlich keine nachhaltige Strategie ist, um im Markt zu bestehen.
- 2 Dein Angebot löst effektiv ein echtes Problem**

Wo kein Problem ist, ist auch kein Geld oder anders formuliert: Umso größer das Problem umso größer ist die Bereitschaft Geld auszugeben. Dein Angebot muss ein echtes Problem lösen. Ein guter Weg ist bspw. eine neue Alternative zu bieten, um ein bestehendes Problem zu lösen. Umso besser du das Problem verstehst, umso größer das Potenzial daraus ein einzigartiges, unwiderstehliches Angebot zu machen.
- 3 Dein Angebot bietet einen hohen "Return on Investment" (ROI)**

Ein Angebot ist per se ein Tausch. Der Kunde investiert und bekommt dafür etwas zurück. Wenn der Wert oder greifbare Nutzen deines Angebots für deinen Kunden deutlich höher ist, als das was sie oder er investiert, dann ist der Preis irrelevant und der Kunde kauft direkt.
- 4 Dein Angebot liefert ein klares Ergebnis in einem bestimmten Zeitrahmen**

Kunden wollen keine "Features", sondern immer ein klares Ergebnis. Sie wollen ein Ziel erreichen, d.h. bspw. das Loch in der Wand und nicht den Bohrer. Käufern ein klares Ergebnis in X Tagen (oder Wochen) zu liefern, ist viel überzeugender als ein vager, offener oder kein Zeitrahmen. Überlege dir immer, was genau du deinem Kunden bis wann liefern kannst.
- 5 Dein Angebot kommt ohne Risiko mit einer Garantie**

Wenn du für dein Angebot eine 100% Garantie (Zufriedenheit- oder Geld-zurück-Garantie) bietest und damit das Risiko für den Käufer reduzierst oder komplett rausnimmst, dann macht es das für sie oder ihn viel einfacher JA zu sagen. Eine Garantie schafft Vertrauen und erfahrungsgemäß nehmen nur wenige Kunden diese Option wahr. Im besten Fall erhältst du wertvolles Feedback und oder verlierst einen Kunden, der oder die eh nicht ideal ist.
- 6 Dein Angebot ist einfach zu verstehen und zu kaufen**

Kunden, die unsicher oder verwirrt sind, kaufen nicht. Wenn du das Kernversprechen deines Angebots nicht schnell klar und einfach auf den Punkt bringen kannst, dann wird es dir schwerfallen, erfolgreich zu verkaufen. Hinzu kommt der entgangene Weiterempfehlungseffekt. Stell dir mal vor, jemand ist begeistert von deinem Angebot, aber kann es anderen nicht einfach so erklären. Uuuups.

- 7 Dein Angebot ist glaubwürdig**

Dein Angebot wirft keine Fragen auf wie bspw. "Wie kann man so viel für so wenig Geld liefern?! Das ist ja unglaublich". Um den "Sack zuzumachen" muss dein Angebot glaubwürdig sein. Beseitige Fragezeichen, indem du deinen Kunden ehrlich erklärst, warum es bspw. "so viel" gibt (bspw. Betatest, nachhaltige Produktion bei 50% Kosteneinsparungen usw., so dass dein Kunde auch hier ein Häkchen machen kann).
- 8 Dein Angebot ist vertrauenswürdig**

Menschen kaufen von Menschen, die sie kennen, mögen und denen sie vertrauen. Schaffe Vertrauen, indem du deinen Kunden bspw. eine kostenlose Probe deines Angebots in Form von kostenlosen Inhalten, einer Testphase oder Probeartikel bietest, die "Lust auf Mehr" machen und baue dein Angebot strategisch und systematisch (von kostenlos zu hochpreisig) auf. Nutze Testimonials, Bewertungen oder Zertifikate und biete eine Garantie (s.o.) an. Dein Kunde muss glauben und vertrauen, dass du das versprochene Ergebnis liefern wirst.
- 9 Dein Angebot ist nur begrenzt verfügbar, der Kunde muss JETZT handeln**

Nur Dinge, die begrenzt verfügbar sind, schaffen eine Begehrlichkeit. Hinzu kommt, dass die meisten Menschen nicht direkt handeln, wenn sie nicht müssen. Sorge deshalb für Dringlichkeit und oder Verknappung (nur 5 Plätze verfügbar, Schnelbucherbonus usw.), damit deine Kunden die Zusammenarbeit mit dir als eine Notwendigkeit für heute sehen, nicht „irgendwann“.
- 10 Dein Angebot unterscheidet sich vom Wettbewerb**

Wenn du deinen Kunden ein einzigartiges, unwiderstehliches Angebot bietest, dann unterscheidest du dich damit automatisch vom Wettbewerb, denn viele bieten einfach "nur" ein Produkt. Aber nicht nur das. Menschen kaufen emotional von Menschen, die sie mögen (hatten wir ja eben schon). Du bist einzigartig. Zeig das und gewinne Menschen über dein Angebot, deine Geschichte UND deine ganz individuelle Persönlichkeit.

**Extra Goodie: Tu Gutes!**

Wer will nicht etwas Gutes tun. Wenn dein Angebot unwiderstehlich ist UND Gutes tut, dann ist das ein echter Jackpot! Wenn dein Angebot noch einen zusätzlichen Wert für jemand anderes schafft, der oder die deinen idealen Kunden am Herzen liegt, dann ist das unter Umständen der kleine, aber feine Bonus, der den Unterschied macht. Nice-to-have, aber gut ausgesucht ein smarter Angebots-Booster!

So, wir hoffen, dass dir unsere Checkliste hilft, dein Angebot einzigartig und unwiderstehlich zu machen. Wichtig ist, dass du Klarheit hast, wer dein idealer Kunde ist und wer nicht. Und last but not least: Es braucht Zeit, Geduld und auch Nerven, um ein Angebot unwiderstehlich zu machen.

Deshalb Testen, testen und nochmal testen!