



Form und Aufbau eines Angebots

1. Anschreiben

- ➔ Max. zwei Seiten
- ➔ Auf Firmenbriefpapier
- ➔ Anschrift des Kunden komplett; bei Firmen mit dem korrekten Firmennamen (Rechtsform), Titel, Vornamen, Nachnamen
- ➔ Unser Firmenbriefkopf mit Anschrift unseres Bearbeiters inkl. Telefon-Durchwahl, Fax und E-Mail-Adresse, Datum
- ➔ Bezug komplett mit Angebots-Nr. und Arbeitstitel
- ➔ Ansprache mit Titel, aber ohne Positionsbezeichnung, Ausnahme: öffentlicher Auftraggeber, dort mit Amtsbezeichnung, aber ohne Name, z. B. „Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister“
- ➔ Einleitung: freundlich, persönlich und aktivierend

Hauptteil

- ➔ Wesentliche Argumente, warum es sich lohnt, mit uns zusammenzuarbeiten; max. 5 (± 2) Argumente, kurz prägnant und für sich sprechend
- ➔ Den Nutzen für unseren Kunden formulieren
- ➔ Verweis auf die Struktur des Angebots

Schluss

- ➔ Freundliche Aufforderung zur Zusammenarbeit
- ➔ USP hervorheben
- ➔ Evtl. Wiederholung des wichtigsten Nutzens für unseren Kunden
- ➔ Bindefrist
- ➔ Unterschrift lesbar oder zusätzlich in Maschinenschrift unten angefügt
- ➔ *Anlagehinweis*
Generell gilt: Wir schreiben in der Sprache des Kunden. Wir verwenden im Anschreiben keine Standardbausteine. Wir schreiben nutzenorientiert und kundenspezifisch. Das Anschreiben wird meist öfter gelesen als der Leistungsteil. Es sollte für sich sprechen.

2. Anlagen

- ➔ Inhaltsverzeichnis und klare Gliederung mit Seitenzahlen, Firmenlogo und Copyright
- ➔ Management Summary mit Lösungsvorschlag auf Entscheidungsebene
- ➔ Liefer- und Leistungsbeschreibung
- ➔ Preise und Vertragskonditionen, Nebenabreden
- ➔ Referenzliste
- ➔ Prospekte und sonstige Dokumentation, Datenblätter