

## 12 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 12-Punkte-Checkliste, um sicherstellen, dass dein Angebot unwiderstehlich ist:

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

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 (vergleichbares) 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 verkauft in einem wachsenden Markt**

"Es ist entscheidender, in welchem Boot du sitzt, als wie schnell oder stark du ruderst". Wenn du in einem **schrumpfenden Markt** verkaufst, wo es **immer weniger Nachfrage** gibt wie bspw. Zeitungen oder Branchenbücher, dann wirst du eher früher als später scheitern, selbst wenn du ein richtig gutes Angebot hast und 24/7 ackerst und promotest. Setze stattdessen auf einen der **drei Angebotsmärkte Gesundheit, Reichtum und Beziehungen**. In diesen Märkten gab es immer Nachfrage und wird es auch immer Nachfrage geben, denn dies sind Grundbedürfnisse, die jeder Mensch hat.
- 3 Dein Angebot löst ein echtes Problem besser als alle anderen im Markt**

Wo kein Problem ist, ist auch kein Geld oder anders formuliert: Je **größer das Problem** und je **weniger echte Alternativen im Markt** vorhanden sind, umso **größer ist die Zahlungsbereitschaft** deiner Kunden. Je besser du deinen idealen Kunden sowie alle seine Probleme und Herausforderungen verstehst, desto **größer das Potenzial** deinen Kunden **einzigartige Problemlösungen** zu bieten, die **anders und besser sind als alles andere im Markt** (neue Alternative).
- 4 Dein Angebot bietet ein Ergebnis mit einem hohen "Return on Investment"**

Das, was heute zählt, sind **Ergebnisse**, die für deinen Kunden einen **hohen Wert** haben. Kunden wollen **keine "Features"** wie bspw. 50 Videos oder eine Facebook-Gruppe, sondern **Vorteile und Ergebnisse, die für sie einen echten Unterschied** machen. Ein Angebot ist dabei immer ein Tausch. Der Kunde zahlt einen Preis und bekommt im Gegenzug einen Wert dafür. Wenn der **wahrgenommene Wert und greifbare Nutzen** deines Angebots für deinen Kunden **deutlich höher ist** (Return on Investment), als das, was sie oder er investiert, dann ist der Preis **weniger entscheidend** und der Kunde kauft.
- 5 Dein Angebot vermittelt eine hohe Erfolgswahrscheinlichkeit ohne Risiko**

**Risiko ist der Verkaufskiller Nummer eins!** Kunden wertschätzen Sicherheit und sind bereit, für **mehr Sicherheit mehr zu zahlen**. Das bedeutet, je **zuversichtlicher dein Kunde** ist, dass er mit deinem Angebot **sein Ziel ganz sicher erreicht**, umso **wertvoller ist dein Angebot**. Du kannst deinem Kunden bewusst mehr Sicherheit geben, indem du die **wahrgenommene Erfolgswahrscheinlichkeit erhöhst** (tausende, zufriedene Kunden versus erster Kunde), eine **handfeste Ergebnisgarantie\*** bietest und das **Risiko reduziert oder komplett rausnimmst**.

- 6 Dein Angebot bringt deinen Kunden schneller zum Ziel**

Zeit ist heute die wertvollste Ressource überhaupt. Dein Angebot ist umso wertvoller, je schneller dein Kunde damit sein größtes Ziel erreicht. Käufern ein klares Ergebnis in einem klar definierten Zeitraum zu liefern oder noch besser zu garantieren, ist viel überzeugender als ein vager, offener oder kein definierter Zeitrahmen. Wenn dein Angebot eine Abkürzung ist, die deinen Kunden wertvolle Zeit erspart (im Vergleich zu Wettbewerbsangeboten), dann sind sie bereit dafür auch mehr zu zahlen.
- 7 Dein Angebot erspart deinem Kunden Arbeit, Stress, Opfer und Tränen**

Kunden wollen nicht nur schneller, sondern auch einfacher ihr Ziel erreichen. Je mehr Arbeit du deinen Kunden abnimmst und ihnen Nerven, Ärger, Stress, Opfer und Tränen ersparst, desto wertvoller ist dein Angebot. Dies ist auch der Grund, warum Komplettservice-Angebote, sog. "Done-for-you" Angebote viel wertvoller und teurer sind als Selbstlernkurse, wo Kunden alles alleine machen müssen und es nicht selten schwer, anstrengend und stressig für sie ist.
- 8 Dein Angebot ist einfach zu verstehen und zu kaufen**

Kunden, die unsicher oder verwirrt sind, kaufen nicht. Wenn du das Kernversprechen deines Angebots nicht einfach auf den Punkt bringen kannst, sodass Kunden sofort verstehen, warum dein Angebot wertvoll ist, 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.
- 9 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 wertvoll sind und "Lust auf Mehr" machen. Baue dein Angebot strategisch und systematisch (von kostenlos zu hochpreisig) auf. Nutze Testimonials, Bewertungen oder Zertifikate und biete eine Garantie (5) an. Dein Kunde muss vertrauen und überzeugt sein, dass du das versprochene Ergebnis liefern kannst und wirst.
- 10 Dein Angebot ist unwiderstehlich UND 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 nicht nur unwiderstehlich, sondern auch glaubwürdig sein. Beseitige Fragezeichen, indem du deinen Kunden ehrlich erklärst, warum es bspw. "so viel" gibt (bspw. Beta-Angebot, nachhaltige Produktion bei 50 % Kosteneinsparungen usw.), sodass dein Kunde das versteht und auch hier ein Häkchen machen kann.
- 11 Dein Angebot unterscheidet sich klar 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.

- 12 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, Verknappung oder beides** (nur 5 Plätze verfügbar, Schnellbucher-Bonus usw.), damit deine Kunden die **Zusammenarbeit mit dir als eine Notwendigkeit für jetzt und heute** sehen, nicht „irgendwann“.

**Extra Goodie: Tu Gutes!**

Wer will nicht etwas Gutes tun. Wenn dein Angebot **unwiderstehlich ist UND Gutes tut**, dann ist das ein echter Vorteil! 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 ausmacht**. 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!**

\*Erfolgsgarantie: Bitte beachte, dass hier ggf. rechtliche Aspekte zu berücksichtigen sind. Definiere klar, was mit Erfolg genau gemeint ist, wie man den Erfolg messen kann, wie lange die Erfolgsgarantie gilt, für wen und unter welchen Voraussetzungen oder Bedingungen. Es ist ratsam, sich hierzu ggf. rechtlich beraten zu lassen.