



Modul 4  
WORKBOOK ANGEBOT

**Create Success for**

**CREATIVE  
BUSINESS**

# WAS IST EIN UNWIDER- STEHLICHES „MUST HAVE“ ANGEBOT?

Dein Angebot ist nicht deine kreative Leistung oder dein Produkt, sondern das ganze drum herum, nämlich ein komplettes Paket, nämlich die Erfüllung des Kundenwunsches in einer besonders verlockenden Darbietung.

Es ist das Ergebnis, das du dem Kunden erzählst.

Bei einem unwiderstehlichen Angebot übersteigt der Wert des Angebots die Kosten um ein Vielfaches, so dass es für den Kunden überhaupt gar keine Frage ist, zuzugreifen.

Um so ein Angebot gut zu entwickeln, müssen wir verstehen, was unsere Kunden wirklich wollen: Dazu ist es notwendig, dass wir uns in die Lage unserer Kunden hineinversetzen können. Und die Situation nicht nur aus unserem Blickwinkel betrachten. Die meisten Angebote sind nicht unwiderstehlich und verkaufen sich nur schwierig oder schleppend.

# WARUM VERKAUFEN SICH SO VIELE ANGEBOTE NICHT RICHTIG GUT?

Weil bei der Formulierung des Angebots nur das Produkt beschrieben wird, es werden Zahlen, Daten, Fakten geliefert und was alles im Umfang enthalten ist.

Menschen wollen aber nicht die Anzahl der Stunden für die Anfertigung deiner kreativen Leistung oder die Fakten deines Produktes kaufen, sondern sie wollen ein Problem gelöst haben. Und sie wollen genau wissen, ob du die richtige Person bist, die ihr Problem lösen kann.

Aus den meisten Angeboten wird nicht richtig klar, an wen sie sich richten, welches Problem gelöst wird, und welches Ergebnis durch die Zusammenarbeit mit dir erreicht werden kann. Das ist der Grund warum viele Kreative bei Ihrer Akquise nicht auf Resonanz mit dem Kunden treffen.

Dein Kunde möchte für das Ergebnis bezahlen und nicht für die Zeit, die es gedauert hat, das Ergebnis zu erzielen.

# ES GIBT NOCH WEITERE STOLPERFALLEN, WIE ZUM BEISPIEL:

Es wird nicht genügend auf das Angebot hingewiesen oder aufmerksam gemacht, das Angebot sitzt auf der Website, aber niemand findet es. Weil es nicht mit Marketingaktivitäten, wie z.B. Newsletter, Social Media oder kostenpflichtigen Anzeigen beworben wird. Es wird keine klare Business-Strategie angewendet und es werden keine klaren Verkaufsabsichten kommuniziert.

Je besser du formulieren kannst, an wen sich dein Angebot richtet, welches Problem du damit löst, und welches Ergebnis dadurch erreicht wird, desto erfolgreicher wirst du verkaufen. Mit deinem Signature-Angebot erzielst du Ergebnisse, deinen Umsatz, daher ist dein Angebot ein zentrales Element und ein großer Erfolgsfaktor in deinem Kreativ Business.

# DAS ANGEBOTS- VERSPRECHEN

Welche Grundzutaten brauchst du für dein Angebot, damit es deine Wunsch Kunden nicht ausschlagen können?

- An wen genau richtet sich dein Angebot?
- Welches Problem löst dein Angebot?
- Welche Transformation/ Ergebnis ist möglich?

Diese drei Bestandteile bilden das Versprechen.

Und diese drei Fragen musst du beantworten können und je genauer du diese Fragen beantworten kannst, desto leichter wirst du deine Angebote verkaufen können.

**1. Um dein Angebot auch online zu verkaufen, musst du genau wissen an wen sich dein Angebot richtet.** Häufig richten sich Angebote im Netz nicht an eine konkrete Ziel-Person oder Zielgruppe, sondern es richtet sich an alle.

# DAS ANGEBOTS- VERSPRECHEN

Formuliere deshalb so konkret wie möglich an wen sich deine Angebote richten, damit du nicht alle ansprichst.

Wenn du nämlich Angebote an alle richtest, sprichst du am Ende niemanden an. Beschreibe deshalb deine Ziel-Kunden so konkret wie möglich. Konkretisiere deine Ziele konnten so spitz wie möglich auch wenn dadurch einige wegfallen, aber du kannst viel genauer deine Zielkunden ansprechen.

Zum Beispiel nicht Architekten, die gerade ihr Business starten, sondern Architekten über 50, die ihr Business starten. Oder Architekten, die ihr Team mit erfahrenen Projektleitern aus dem Wohnungsbau aufbauen wollen.

Unternehmer:innen, die eine generationen-übergreifende Firmenhistorie haben, selbstständige Digitalexperten, die nach Indien ausreisen wollen.

# DAS ANGEBOTS- VERSPRECHEN

## 2. Welches Problem löst du mit deinem Angebot?

Warum hast du ein Angebot angenommen und warum hast dieses Seminar gebucht?

Weil du merkst, dass du eine Herausforderung hast.

Welche Herausforderung hat dein Kunde?

Beim Lösen eines Problems geht es immer um eine Transformation, den Kunden von Punkt A nach Punkt B zu bringen.

Welches konkrete Problem löst du für deine Kunden? Oder welche Herausforderung hat er? Z.B. er möchte einen Film über seine Biografie erstellen lassen.

Erst wenn du das weißt, dann wirst du viel klarer, es motiviert dich, du wirst selbstsicherer, weil du hinter deiner Lösung stehen kannst. Und dann kannst du dein Angebot auch viel leichter kommunizieren und bewerben.

# MENSCHEN KAUFEN IMMER DIE LÖSUNG DES PROBLEMS!

## **3. Die weitere Grundzutat: Das Ergebnis! Welche Transformation ist möglich?**

Wenn ich ein Angebot kaufe, möchte ich sofort wissen, ob es für mich das richtige Angebot ist und mich an mein Ziel bringst.

z.B. „Eine Außendarstellung meiner Projekte, die mir High-End-Kunden bringt“ oder:

„Menschen mit Kopfschmerzen - Ergebnis: Dass diese Schmerzen weg sind, sie sich wieder mit Menschen austauschen können, konzentriert arbeiten können.“

Dein Angebot zeigt auf, wie dein Kunde von A nach B kommt. Menschen müssen sofort erkennen, ob der Nutzen deines Angebots für sie überkommt. Passe deine Angebote auf deiner Webseite immer neu an.



**TAKE AKTION!  
NUN BIST DU DRAN:**

**BEANTWORTE  
DIE FOLGENDEN  
FRAGEN  
UM DICH EINEM  
KONKRETEN  
ANGEBOT ZU  
NÄHERN**

# IN DIESEN ARBEITSFELDERN BIN ICH TÄTIG:

## 1. ARBEITSFELD

## 2. MEHRWERT

### WEBDESIGN

Programmierung  
Gestaltung  
Navigation  
SEO /SEA  
etc.  
etc.

### Arbeitsfeld 2

### Arbeitsfeld 3

### Arbeitsfeld 4

# MEIN WERT-ANGEBOT AN DEN KUNDEN

## ➤ DIENSTLEISTUNGEN

Welche Produkte oder kreative Dienstleistungen biete ich an?

---

---

---

---

## ➤ PROBLEMLÖSUNGEN

Welche Problemlösungen schaffe ich durch meine Angebote?

---

---

---

---

## ➤ GEWINNERZEUGUNG

Welche Kundenbedürfnisse befriedige ich durch diese Dienstleistungen?

---

---

# DAS ANGEBOTS-VERSPRECHEN DEINE AUFGABEN:

**1. Wie beschreiben deine Kunden ihre Herausforderung mit eigenen Worten?**

---

---

---

---

Z.B. Meine Kunden haben die Herausforderung, dass sie selbst nicht genug Kunden haben und nicht wissen, wie sie Reichweite aufbauen sollen oder wie sie überhaupt in die Akquise gehen sollen. Sie sie fühlen sich unsicher, weil sie keinen genauen Fahrplan haben.

**2. Was ist das spezifische Problem, vor dem deine Kunden gerade stehen? Wie beschreiben sie es mit eigenen Worten?**

---

---

---

---

# DAS ANGEBOTS-VERSPRECHEN

**3. Welche Umstände sind gerade im realen Leben deiner Kunden präsent? Was wollen Sie nicht mehr und was wollen sie stattdessen?**

---

---

---

---

Z.B. Sie wollen Struktur und Klarheit und sie wollen eine Marketing-Strategie, die wirklich zu Ihnen passt. Sie wollen stabile, beziehungsweise steigende Umsätze.

---

---

---

---

# DAS ANGEBOTS-VERSPRECHEN

## 4. Der Tag deiner idealen Kunden:

Wie sieht ein Tag deiner Kunden mit einer Video Kamera aus?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Z. B. Meine Kunden sind noch nicht auf Social Media aktiv, deshalb kommentieren sie noch nicht, aber posten auch nicht, sie haben keine klare Marketingstrategie. Stattdessen beschäftigen sie sich mit der Leistungserbringung und Abwicklung ihrer Aufträge für ihre Kunden. Sie brauchen dafür auch wesentlich länger da, sie nicht gezwungen sind, ihre Woche anders einzuteilen.

# DAS ANGEBOTS-VERSPRECHEN

## 5. Warum haben Sie das Problem noch nicht gelöst?

Was hält sie davon ab?

Zum Beispiel: Ihnen fehlt die Klarheit, oder ihnen fehlt die Strategie, die zu ihnen passt. So beschäftigen sie sich mit Dingen, die sie in ihrer Komfortzone lassen, zum Beispiel, daß sie ihre Website selbst bauen oder auf Social Media kommentieren. Sie beschäftigen sich nicht damit, wie sie mehr Umsatz mit ihren Kunden machen können und wie sie ihr Business voranbringen können.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

# MEIN KUNDE IST AN PUNKT A: \_\_\_\_\_

## WAS IST DAS PROBLEM?

.....  
.....  
.....



## WAS IST SEINE LAGE?

.....  
.....  
.....



## WO WILL ER HIN?

.....  
.....  
.....





# MIT MEINER LÖSUNG KOMMT ER ZU PUNKT B:

---

## ICH LÖSE DAS PROBLEM:

.....  
.....  
.....



## SO VERBESSERT SICH DIE LAGE MEINES KUNDEN:

.....  
.....  
.....



## MEIN MESSBARES ERGEB- NIS FÜR DEN KUNDEN:

.....  
.....  
.....



# MEINE ANGEBOTS- STRUKTUR

## 1. BRAINSTORMING

Welche Schritte und Unterpunkte gehören zur Entwicklung einer Lösung für den Kunden?

## 2. PRIORISIERUNG WICHTIGER PUNKTE

Welche Punkte sind essenziell und führen auf jeden Fall zum Ergebnis?

## 3. MEILENSTEINE SETZEN

Kreiere eine sinnvolle und aufeinander aufbauende Reihenfolge

## 4. WELCHE SCHRITTE

Was ist der erste, zweite und der dritte Schritt, um das Ziel des Kunden zu erreichen?

## 5. ERGEBNIS

Zeige den direkten Weg von A nach B auf!  
Der Kunde muss als Ergebnis das Ziel vor Augen haben!

# HIER EIN BEISPIEL:

„Die besten 5 Schritte zu Ihrem Erklärvideo“:

- Kurzes Kundeninterview zum Produkt
- Erstellung eines Storyboards
- Korrekturphase durch den Kunden /Soundauswahl
- Produktion des Erklärvideos inkl. Vertonung
- Einbettung des Videos auf Ihrer Website

Ergebnis:

Mehr Aufmerksamkeit auf Social Media,  
mehr Reichweite, mehr Online-Sichtbarkeit,  
Erklärung des komplexen Produktes, mehr  
Interessentengewinnung, mehr PR und mehr Kunden.

## MEINE SCHRITTE SIND:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## MEIN ANGEBOT AN DEN ZIELKUNDEN HEISST:

z.B.: „Kurz-Videos für Produkte aus Forschung und Technik, die für mehr Reichweite sorgen“

.....

.....

.....

.....

.....

**POSTE EINE ODER  
MEHRERE  
VARIANTEN FÜR  
DEIN ANGEBOT ZUR  
UMFRAGE IN DIE  
FB-GRUPPE.  
VIEL SPASS!**

