



## Hermann Scherer Jenseits vom Mittelmaß

**News-to-use-Letter**  
**Ausgabe: 08**  
**Juni 2006**

Sehr geehrte Damen und Herren,

Sind Sie unwiderstehlich?  
Sind Sie sexy?

Wenn ja, woher wissen Sie das?





Dieser News-to-use-Letter von Unternehmen Erfolg und Hermann Scherer ist für alle, die nicht im Mittelmaß versinken, sondern mit Leidenschaft ihre Ziele verfolgen und deshalb regelmäßig wertvolle Praxistipps und aktuelle Informationen rund um die aktuellen Themen "persönlicher Erfolg" und "Unternehmenserfolg" nutzen möchten.

Viel Spaß beim Lesen und möglicherweise sehen wir uns bei einem meiner Vorträge. Die Termine finden Sie [hier](#).

Ihr  
Hermann Scherer

### Inhalt

01	Unwiderstehlichkeit statt Unbeholfenheit . . . . .	mehr Information
02	Schriftliche Angebote sind meist Einzelkämpfer . . . . .	mehr Information
03	So werden Sie unvergesslich. . . . .	mehr Information
04	Wir würden uns über Ihren Auftrag freuen - soso. . . . .	mehr Information
05	Sie sind gar nicht unwiderstehlich?. . . . .	mehr Information
06	erLESENe Weiterbildung. . . . .	mehr Information
07	Unternehmen Erfolg sucht neue Kollegen. . . . .	mehr Information
08	Hermann Scherer. . . . .	mehr Information
09	Kalender von Hermann Scherer. . . . .	mehr Information

	<b>Drucken Sie !</b>	Sie können diesen Newsletter auch grafisch aufbereitet <a href="#">ausdrucken</a> und ganz in Ruhe lesen
	<b>Kopieren Sie !</b>	Nutzen Sie Artikel des Letters für eigene Publikationen Bedingung: ein Hinweis und Link auf <a href="http://www.scherer.us">www.scherer.us</a>
	<b>Empfehlen Sie !</b>	Empfehlen Sie diesen Newsletter, indem Sie ihn einfach weiterleiten. Vielen Dank!
	<b>Stöbern Sie !</b>	Stöbern Sie in unserem <a href="#">News-to-use-Letter-Archiv</a>

## 01 Unwiderstehlichkeit statt Unbeholfenheit



Die meisten Menschen und Unternehmen sind viel zu wenig in der Lage unwiderstehlich zu sein oder sich unwiderstehlich zu machen. Da wird Unwiderstehlichkeit schnell mit Rabatt und Discount verwechselt. Das kennen viele aus der Zeit in Discos! Manche Männer sehen eine attraktive Frau, nehmen sich ein Herz, sprechen sie an und laden sie auf einen Drink ein. Nach dem Motto: "Ich bin zwar nicht schön, gebe aber einen Drink aus." Der Drink allein ist ja schon ein Discount auf den eigenen Mehrwert? Und das geht oft das

ganze Leben so weiter!

Welche Discounts geben Sie heute um sich selbst, Ihre Produkte oder Ihre Dienstleistung an die Frau oder den Mann zu bringen? Oder sind Sie einfach unwiderstehlich?

Charles Darwins These lautete "Survival of the Fittest", die meist falsch mit "Die Fittesten überleben" übersetzt wurde. Dabei heißt "to fit" ein- oder anpassen. Richtig übersetzt müsste es heißen: "Die Anpassungsfähigsten überleben!" Eine weitere These lautete "Survival of the Sexiest". Die Frage lautet also: Können Sie sich veränderten Märkten anpassen und sind Sie begehrtlich?

## 02 Schriftliche Angebote sind meist Einzelkämpfer



Fast jedes Kind kennt das Spiel »Stille Post«. Eine gesprochene Botschaft wird dabei entlang einer Reihe von Menschen transportiert, indem jeder sie dem ihm am nächsten Sitzenden zuflüstert. Das übliche Resultat: Der ursprüngliche Satz kommt nur bruchstückhaft oder völlig verfälscht am Ende der Kette an, was in der Regel zu großer Heiterkeit führt. Kaum vorstellbar, dass nach diesem »Prinzip« versucht wird, auch Produkte und Dienste an den Mann oder die Frau zu bringen. Und doch passiert genau das Tag für Tag tausendfach!

Beispiel aus der Wirtschaftswelt: Da erläutern Konstrukteure und Entwickler den Vertriebsmitarbeitern ihres Unternehmens die Eigenschaften und Vorzüge einer neuen Anlage. Die Verkäufer verhandeln anschließend mit den Einkäufern ihrer Kunden. Diese geben die Informationen an die zukünftigen Anwender in der Produktion weiter, die wiederum den Produktionsleiter beraten, der den Weg zum Einkaufsleiter nimmt. Letzte Instanz ist womöglich der Geschäftsführer, nachdem der Chef des Einkaufs bei ihm vorstellig geworden ist. Von den am Beginn dieser Kommunikationskette dargestellten Details und Vorteilen erfährt der Geschäftsführer wenig oder lediglich Fachspezifisches, das er kaum versteht. Nach welchen Kriterien also entscheidet er, wenn mehrere Lieferanten zur Auswahl stehen? Er betrachtet ihre schriftlichen Angebote!

Der Inhalt solch eines schriftlichen Angebotes aber beschränkt sich in den meisten Fällen auf die Adresse des Empfängers, die Anrede, die Artikelnummer des Produktes und vor allem auf den Preis. Weniger minimalistisch gesinnte Unternehmen statten ihre Angebote zusätzlich mit einem Sammelsurium an internen Bezeichnungen, Lagerplatznummern und Absicherungsklauseln ihrer Rechtsabteilung aus. Besser – sprich begeisternder, überzeugender oder gar sexy – werden sie dadurch nicht. Wie sehen Ihre schriftlichen Angebote aus?

### 03 So werden Sie unvergesslich



Ganz anders macht das die Aral Service-Card GmbH. Nach einem Begleitbesuch merkte ich, dass die Mitarbeiter von Aral die Nutzen der Produkte im Gespräch hervorragend präsentierten, dennoch verwirrte die Vielzahl von Informationen und die meist folgenden Präsentationen der Wettbewerber die Kunden. Viele der meisten Nutzenargumente wurden nicht behalten oder konnten unter der Vielzahl von Angeboten nicht mehr Aral zugeordnet werden.

Zufällig beobachtete ich, dass die Aral-Mitarbeiter immer einen kleinen Miniatur-LKW als Geschenk überreichten. So dachte ich an die Verknüpfung von den Vorteilen der Tankkarte mit den Eigenschaften des Miniatur-LKWs durch Merktechniken in der Angebotspräsentation. Eine Übergabe des kleinen Geschenks gestaltete sich in der Präsentation dann ungefähr so:

- Der LKW hat Reifen, die stehen dafür, dass Sie mit unserer Karte nicht nur tanken sondern auch Reifen wechseln können.
- Der Laster hat eine transparente Scheibe, die steht für die Abrechnungstransparenz.
- Der Laster hat einen Rückspiegel, Sie sehen damit rückwirkend wer ...
- Der Laster hat ein kleines Schloss, das steht für die Sperrmöglichkeit. Ihr Fahrer darf damit tanken und waschen, während der Vorstandsvorsitzende sich auch einen Schokoriegel mit der Karte kaufen kann...

Die Kunden konnten die Vorteile besser behalten und unter der Vielzahl von Angeboten leichter der Aral Service-Card GmbH zuordnen. Der Erfolg des Projekts wurde vom Verkaufsleiter bestätigt: „Seitdem wir im Gespräch aktiv mit dem blauen Aral LKW arbeiten und im Angebot darauf Bezug nehmen, wird der Nutzen vom Kunden schneller und deutlicher wahrgenommen und die Umsätze sind signifikant gestiegen“. Was bauen Sie ein um unvergesslich zu sein?

.....

### 04 Wir würden uns über Ihren Auftrag freuen



Nicht nur Rendezvous-Szenen wie die zu Anfang erwähnt, sondern zahlreiche weitere Beispiele aus dem Alltag zeigen: Der erste Eindruck ist der Türöffner, doch bei einem negativen letzten Eindruck wird die Tür schnell wieder zugeschlagen. Den meisten Unternehmen ist das durchaus bewusst und so schließen sie ihre schriftlichen Angebote oder die dazugehörigen Anschreiben häufig mit Worten „Wir würden uns über Ihren Auftrag sehr freuen“, „Gerne sehen wir Ihrem Auftrag

entgegen“, „Wir hoffen, Ihren Auftrag zu erhalten“ oder „In Erwartung Ihres Auftrages ...“. Sicherlich machen Worte wie diese keinen schlechten Eindruck, sie künden von Höflichkeit und Interesse an einer Geschäftsbeziehung. Dennoch: Sie werden vom Kunden kaum registriert, sondern meist nur überflogen, denn sie sind nichts als standardisierte Floskeln. Empfehlenswert ist dagegen, den Kunden – anstatt die eigenen Wünsche oder Hoffnungen - auch am Ende des Angebots in den Vordergrund zu stellen. Geeignet dafür ist zum Beispiel eine Zusammenfassung des vom Kunden gewünschten und formulierten Nutzens: „Mit dieser Anlage werden Sie in Ihrer Produktion die nötige Kapazitätserweiterung mit der gewünschten Qualitätssteigerung schon in wenigen Wochen erzielen.“ Darüber hinaus kann der Kundennutzen zum Beispiel auch im Postskriptum nochmals betont werden. Oder ganz frech im Vorfeld dargestellt werden, wie BMW es tut.

.....

### 05 Sie sind gar nicht unwiderstehlich?

Sie sind gar nicht unwiderstehlich? Wenn Ihre Unwiderstehlichkeit aufhört, dann fängt Diana Dreeßen an. In meinen Augen der beste Coach, insbesondere wenn es darum geht die eigenen inneren Ressourcen zu aktivieren. Ein echtes Erfolgsprogramm! Weitere Infos unter [www.dianadreesen.de](http://www.dianadreesen.de)

.....

## 06 erLESEne Weiterbildung – mit Zusatzgeschenken



Das überzeugende Angebot – So gewinnen Sie gegen die Konkurrenz.

„Das Angebot, das alle Türen öffnet! Die erfolgreiche Akquise ist überlebenswichtig für jedes Unternehmen. Zugeschnitten auf die Bedürfnisse und Möglichkeiten mittelständischer Unternehmen, enthüllt Hermann Scherer die Tricks und Kniffe, die jedes Angebot unwiderstehlich machen.“ schreibt amazon.de über das neue mit 5 Sternen bewertete Buch und zeigt folgende Rezensionen:

„ In gesättigten Märkten ist es eine Frage des Überlebens, ob sich ein Angebot gegen das der Konkurrenz durchsetzen kann. Scherer hat besonders den Mittelstand im Blick, wenn er aufzeigt, wie ein Angebot überzeugend, ja unwiderstehlich wird. Das Buch ist sehr praxisnah geschrieben, vermeidet die Wiederholung des allseits Bekannten, liefert eine Fülle nützlicher Beispiele und Ideen. Wer wissen will, wie man in schwierigen Zeiten Lösungen schafft, wo andere nur Probleme sehen, sollte dieses Buch lesen.“ und „Ich habe das Buch gelesen und bin begeistert. Meines Wissens nach gab es bisher noch kein Buch, welches sich mit der Textform "Angebot" beschäftigt und so viele nützliche Tipps gibt.“

Sie bekommen das Buch mit **3 ZUSATZGESCHENKEN!** Sollten Sie „Das überzeugende Angebot“ bis zum 04.07.2006 bei [amazon.de](http://amazon.de) für 24,90 € bestellen (und die Bestätigung an [Y.Rebling@unternehmen-erfolg.de](mailto:Y.Rebling@unternehmen-erfolg.de) mailen), dann erhalten Sie von uns **drei Zusatzgeschenke:** Hörbuch „Sie bekommen nicht, was Sie verdienen, sondern, was Sie verhandeln“ bestehend aus 3 CDs (Normalpreis 25,90 €) von Hermann Scherer, Sonderdruck „Die Erfolgsmacher“ von Hermann Scherer und ein 30 Minuten Buch aus der Reihe „Von den besten profitieren“ alles **kostenlos** frei Haus.

## 07 Unternehmen Erfolg sucht neue Kollegen



Unternehmen Erfolg®

Zurzeit – und das schon sehr lange - haben wir viel zu tun. Die Geschäfte laufen dauerhaft gut! Durch unsere Zusammenarbeit mit vielen großen Verlagen expandiert Unternehmen Erfolg immer beschaulich weiter. Aus diesem Grund suchen wir eine Projektleiterin, die den Aufbau und die Durchführung unserer Veranstaltungsreihen [www.unternehmen-erfolg.de](http://www.unternehmen-erfolg.de) eigenverantwortlich koordinieren und betreuen soll. Weitere

Informationen und ein genaues Anforderungsprofil erhalten Sie mit einer Mail an [L.Stimmelmayer@unternehmen-erfolg.de](mailto:L.Stimmelmayer@unternehmen-erfolg.de).

## 08 Hermann Scherer

Der Businessexperte war internationaler Trainerausbilder und Manager of Instruction der weltweit größten Trainingsorganisation. Der Autor zahlreicher Bücher ist Mitglied im Q-Pool 100, der offiziellen Qualitätsgemeinschaft internationaler Wirtschaftstrainer sowie Dozent an mehreren Hochschulen und des Managementseminars der Universität St. Gallen. Das Magazin Focus zählt ihn zu den „10 Erfolgsmachern“ in Deutschland. Seine rhetorisch brillanten Vorträge und seine lebhafteste, anschauliche Redekunst sorgen dafür, dass der Inhalt seiner Vorträge lange bei den Zuhörern nachwirkt. Er informiert, inspiriert, motiviert, gibt wertvolle Impulse und zeigt, wie sich die Pole-Position in den Märkten von morgen erreichen lässt.

[▶ Profil](#)

Hermann Scherer zählt zu den „Top 100 Excellent Speaker“ und wurde unter anderem mit dem „Excellence Award“ ausgezeichnet.

[▶ Weitere Auszeichnungen](#)

Die Themen Unternehmenserfolg und persönlicher Erfolg stehen im Zentrum der Vorträge. Vorträge jenseits vom Mittelmaß voller Esprit und Begeisterung.

[▶ Aktuelle Themen](#)

Alle Buchveröffentlichungen von Hermann Scherer finden Sie hier:

[▶ Bücher](#)

Die Süddeutsche Zeitung schreibt: „Er zählt zu den Besten seines Faches. Seine Seminare sind gefragt - bei Marktführern und solchen, die es werden wollen ...“

[▶ Weitere Pressestimmen](#)

[▶ Weitere Referenzen](#)

„Es war ein grandioser Vortrag!“ meinte Christa Nohe, VCN Veranstaltungsorganisation

[▶ Weitere Stimmen](#)

Planen Sie mit Hermann Scherer das nächste Highlight Ihrer Veranstaltung.

---

## 09 Kalender von Hermann Scherer



**Veranstaltungstermine** von Hermann Scherer finden Sie unter

[▶ Veranstaltungstermine](#)

**Öffentliche Seminartermine** finden Sie unter

[▶ Seminare](#)

Möchten Sie weitere Infos – oder an einer der Veranstaltungen teilnehmen?

Dann kontaktieren Sie bitte Yvonn Rebling per Telefon unter 08161/9919-40 oder Email

[Y.Rebling@unternehmen-erfolg.de](mailto:Y.Rebling@unternehmen-erfolg.de). Wir reservieren Ihnen gerne einen Platz.

---

Dieser News-to-use-letter wurde an Sie versandt, weil Sie sich bei Unternehmen Erfolg oder Hermann Scherer mit der E-Mail Adresse **email** eingetragen haben.

Wenn Sie den Newsletter künftig nicht mehr erhalten wollen, klicken Sie bitte [hier](#).

Wenn Sie Ihre persönlichen Angaben oder Ihre E-Mail-Adresse ändern möchten, klicken Sie bitte [hier](#).

Sollten Sie bei dieser E-Mail Darstellungsprobleme haben, klicken Sie bitte [hier](#).

Fotos: [www.hermannscherer.de](http://www.hermannscherer.de), [www.stillepost.de](http://www.stillepost.de), [www.aral.de](http://www.aral.de), [www.bmw.de](http://www.bmw.de), [www.campus.de](http://www.campus.de), [www.unternehmen-erfolg.de](http://www.unternehmen-erfolg.de)

Sie wünschen weitere Informationen?

Dann schreiben Sie uns - wir werden uns umgehend bei Ihnen melden. Natürlich freuen wir uns auch über Ihren Anruf oder Ihr Fax.

**Adresse, Impressum und**

**Copyright 2005:**

Hermann Scherer

Ismaninger Straße 47

D-85356 Freising

Tel: +49.(0)8161.9919.0

Fax: +49.(0)8161.9919.19

E-Mail: [info@hermannscherer.de](mailto:info@hermannscherer.de)

[www.hermannscherer.de](http://www.hermannscherer.de)

**Haftungshinweis:**

Unternehmen Erfolg übernimmt keine Haftung oder Garantie für die Inhalte externer Links; für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.