

Win Themes Framework

Titel:

Win Themes – Das Framework für gewinnende Angebote

Definition

Win Themes sind die **zentralen Botschaften**, die zeigen, warum genau DU den Deal, das Projekt, den Auftrag etc. gewinnen solltest – aus Sicht des Kunden, nicht aus deiner.

Die 5 Bausteine eines starken Win Themes

1. Kundenproblem (Explizit)

Was ist das eigentliche Problem – nicht oberflächlich, sondern geschäftskritisch?

Beispiel:

„Hohe Komplexität in der Integration führt zu Verzögerungen und Risiken im Go-Live.“

2. Relevanz (Warum es wichtig ist)

Warum ist das Problem kritisch für den Kunden?

„Verzögerungen führen zu Umsatzverlusten und beeinträchtigen die Marktposition.“

3. Deine Lösung (klar und konkret)

Was machst du anders als andere?

„Wir industrialisieren Integration durch standardisierte, skalierbare Architekturen.“

4. Beweis (Trust Builder)

Warum sollte man dir glauben?

„Erfolgreich umgesetzt in über 20 Enterprise-Projekten.“

5. Nutzen (Business Outcome)

Was hat der Kunde konkret davon?

„Schnellerer Go-Live bei reduziertem Risiko und klarer Governance.“

Formel (ein Satz)



Wir helfen [Kunde], [kritisches Problem] zu lösen, indem wir [deine Lösung], was zu [konkretem Business-Nutzen] führt.

Beispiel komplett

„Wir helfen Unternehmen, komplexe Integrationsprojekte sicher umzusetzen, indem wir standardisierte und skalierbare Architekturen einsetzen, was zu schnelleren Go-Lives und reduziertem Risiko führt.“

Häufige Fehler

- **✗** Fokus auf Features statt Nutzen
- **✗** Keine klare Differenzierung
- **✗** Kein Beweis
- **✗** Zu generisch („Wir sind erfahren“)
- **✗** Nicht auf den Kunden zugeschnitten

Anwendung

Win Themes gehören:

- in jede Angebotsstruktur
- in jede Präsentation
- in jede Executive Storyline