



Wie starke Verkäufer in der Preisverhandlung bestehen:

- ▶ Was auffällt: Gute Verkäufer haben eine positive Einstellung zu Ihrem Unternehmen, dem Produkt und dem Preis. Sie sind stolz auf das, was sie tun. Das überträgt sich positiv auf den Kunden.
- ▶ Gute Verkäufer nennen den Preis mit einer gelassenen Selbstverständlichkeit, während schwache Verkäufer Angst vor dem Preis haben. Das spürt der Kunde.
- ▶ Gute Verkäufer kombinieren den Preis immer mit dem vom Kunden akzeptierten Nutzen: „Für die schnellere Ausführung investieren Sie 4 560 €. Damit erhöhen Sie Ihre Produktionsleistung um 18%.“
- ▶ Gute Verkäufer definieren den für sie idealen Preis und ihre Schmerzgrenze. Sie haben den Mut, NEIN zu sagen, wenn der Kunde mit seinen Forderungen die Schmerzgrenze erreicht.
- ▶ Gute Verkäufer fordern immer eine Gegenleistung für einen Nachlass: „Wenn wir uns heute bei den Konditionen einigen, erteilen Sie mir heute den Auftrag?“ Schwache Verkäufer lassen sich herunterhandeln und ohne Ergebnis wegschicken.
- ▶ Der gute Verkäufer konzentriert sich darauf, die echten Motive des Kunden zu erkennen.

Jeder Preis wirkt zu teuer, wenn der empfundene Nutzen zu gering ist.

So laden Sie den Einkäufer zum Preisdrücken ein:

- ▶ „Der Preis liegt bei 820 €“.
- ▶ „Das wären 456 € ...“
- ▶ „Das ist *eigentlich* mein letztes Angebot.“
- ▶ „Das ist schon ein Sonderpreis.“
- ▶ „Würden Sie mit 12% Rabatt einverstanden sein?“
- ▶ „Was stellen Sie sich vor?“
- ▶ „Ich könnte Ihnen da noch etwas entgegen kommen.“
- ▶ „Aber Qualität hat ihren Preis.“

„Verkäufer klagen darüber, dass die Kunden zu sehr auf den Preis achten. Sie vergessen dabei, dass sie selbst preisempfindlich sind und den Kunden unbewusst suggestiv beeinflussen!“

Heinz M. Goldmann