

Gibst du mir, dann geb ich dir!

Die Königsdisziplin im Verkauf: Das Preisgespräch

Käufer und Verkäufer sind sich nach längeren Gesprächen bezüglich des Produkts einig. Zusatzleistungen und Lieferbedingungen sind ausgehandelt. Jetzt gehts in die heiße Phase der Preisverhandlung. Wie Verkäufer an diesem Punkt professionell auftreten und so keine unnötigen Prozente „verschenken“ erfuhr [Mag. Christoph Wirl](#) im Seminar von und mit Helmut Durinkowitz (idee-Training).

Donnerstag 8:55 Uhr morgens im Seminarhotel Wende am Neusiedler See im Burgenland. Sieben erfahrene Verkäufer aus unterschiedlichen Branchen sitzen gespannt im Seminarraum. Pünktlich startet der Trainer Helmut Durinkowitz das Seminar „Preisverkauf“ mit einer kurzen Vorstellungsrunde. Danach gehts sofort an die Inhalte.

Der Verkaufsprozess

Bevor es zum Preisverhandeln geht erläutert der erfahrene Trainer den gesamten Vorgang eines Verkaufsgesprächs. Durinkowitz erklärt uns, dass Preisverhandlungen bereits mit dem richtigen Händeschütteln beginnen. Er meint damit, wie wichtig es ist, Vertrauen zu seinem Gegenüber aufzubauen. Ein Fehler am Anfang des Gesprächs kann beim Preisverhandeln hohe Prozente kosten. Bei einem Verkaufsgespräch sollte der Verkäufer maximal zu 20% sprechen und der potentielle Käufer zu 80%. Es ist Aufgabe des Verkäufers, durch gezielte und überlegte Fragen das Interesse des Käufers zu steigern und gleichzeitig herauszufinden, woran der Käufer tatsächlich interessiert ist. Nach dieser Phase geht es darum, dem Kunden die eigene Firma und das Produkt zu präsentieren. Dazu empfiehlt uns Durinkowitz Tischflipcharts und er gibt auch gleich jedem Teilnehmer eines zum Üben.

Damit wir professionell damit umzugehen lernen, bekommen wir auch gleich die Aufgabe, eine kurze Präsentation unserer Firma zu erstellen und im anschließenden Rollenspiel zu präsentieren. Der Effekt des Tischflipcharts in Zeiten von PowerPoint: Der Kunde hat eine Visualisierung zum gesprochenen Wort – und der Verkäufer hat gleichzeitig eine Struktur, um sich daran „festzuhalten“, damit er das Wesentliche immer parat hat. Der Vorteil gegenüber PowerPoint-Präsentationen auf dem mitgebrachten Laptop ist schnell erklärt: Es fällt das peinliche Herumhantieren weg, das Flipchart stürzt nicht ab und vor allem ist es eine Methode, die nicht so oft angewandt wird. Dadurch kann sich ein Verkäufer vom Wettbewerb deutlich unterscheiden.

Die Rolle des Einkäufers

Dass sich nicht nur die Verkäufer auf ein Gespräch unbedingt vorbereiten müssen, sondern auch die Einkäufer, ist vielen nicht bewusst. Durinkowitz, der selbst auch Schulungen für Einkäufer hält, erklärt uns einige Tricks der Einkäufer und gibt uns Hinweise, wie Verkäufer professionell darauf reagieren können. Dass nämlich auch die Einkäufer – gerade bei Jahresverhandlungen – unter Druck stehen, weil sie den Zulieferer nicht verlieren wollen, haben einige der Seminarteilnehmer so noch nie gesehen.



Helmut Durinkowitz

Der Preis ist heiss

Was nützt das beste Verkaufsgespräch, wenn es zwar zum positiven Abschluss kommt, aber die Preisvorstellung des Verkäufers nicht durchgesetzt wird. „Hier beginnt eigentlich erst das Verkaufen. Alles andere kann jeder“, sagt Helmut Durinkowitz. Als erstes geht es darum, den Preis richtig zu verpacken. Niemals den Preis isoliert nennen, sondern immer anmerken, was der Kunde alles dafür erhält. Im weiteren Verlauf des Seminars lernen wir auch, gekonnt auf Einwände zu reagieren. „Das ist doch viel zu teuer!“ „Bei Ihrer Konkurrenz hab ich noch ... dazubekommen!“ Oder: „Wenn Sie mir nochmals 10% Rabatt gewähren haben Sie den Auftrag!“ Sehr oft werden Verkäufer bei solchen „lästigen“ Aussagen des Kunden nervös und vergeben vorschnell den gewünschten Rabatt oder ein Zusatzfeature kostenlos dazu. Durinkowitz warnt davor: „Niemals einen Rabatt gewähren, ohne eine Gegenleistung zu bekommen. Das wirkt unseriös, weil der Kunde das Gefühl hat, das Angebot sei nicht knapp genug kalkuliert worden. Rabatte sollen nur dann gewährt werden, wenn beispielsweise eine größere Menge vereinbart wird oder ein längerfristiger Vertrag.“

Fazit: Ein Seminar, das sich sehr schnell rechnet. Es wird viel gelernt, es wird viel geübt, es wird viel diskutiert und noch mehr trainiert. **T**

Info

idee-TRAINING
Waldstraße 11
A-7091 Breitenbrunn
Tel.: 02683/7021
www.idee-training.at
helmut.durinkowitz@idee-training.at
Kosten: EUR 540,- excl. Ust
Nächster Termin: 06.11.06 in Wien