

Welcher Preis ist angemessen – und im Vergleich wozu?

Für den ein oder anderen Unternehmer ist es eine Herausforderung, den angemessenen Preis für die eigene Dienstleistung zu finden. Hierfür stelle ich Ihnen eine Methode vor, die Ihnen die Preisfindung vereinfacht.

Hören Sie das öfter: Ihre Produkt ist toll – aber zu teuer?

Wie reagieren Sie?

Noch anspruchsvoller wird es, diesen Preis beim Kunden durchzusetzen. Vielleicht möchten Sie beim ersten Einwand reflexartig dem Kunden „entgegenkommen“? Oder es entsteht in Ihnen das Gefühl, dass Sie sich rechtfertigen müssen?

Verkaufen ist Handwerk

Tatsächlich geht es auch angenehmer und leichter. Mit dem richtigen sprachlichen Handwerkszeug und einer „einwandfreien“ Strategie. Im folgenden Text finden Sie eine sofort anwendbare Technik, mit der Sie ein sehr angenehmes, kundenorientiertes Preisgespräch führen können.

Und aus dem leidigen Thema wird Spaß am Tun...

Ihre

Alexandra Daskalakis, remotivation.de



Verkaufsgespräch und Preisverhandlung:

Das Thema Preisgestaltung, Preisdurchsetzung ist ein sehr vielschichtiges. Viele Menschen, die gerne erfolgreich sein möchten, fahren innerlich mit einer leicht angezogenen Handbremse. Dies führt mitunter zu weniger Aufträgen, Hemmung bei der Akquise, den Verkaufsgesprächen und Preisverhandlungen.

Ein paar Themen, mit denen Unternehmerinnen verschiedenster Branchen des Öfteren zu mir ins Coaching kommen:

Bezogen auf sich Selbst:

Hinderlich:

Die Anbieterin findet den Preis des eigenen Produktes zu hoch und kann ihn kaum aussprechen. Die Körperhaltung ist leicht schief, inkongruent, die Stimme eher leise.

Unterstützung: Statusübungen (aus dem Theater), Standing (Selbstwert), Stimmtraining (z.B. VHS)

Überlegung:

Was führt zu dieser Haltung, z.B. innere Glaubenssätze/ Einschränkungen?

Woher kommen diese Gedanken? Welche Gedanken wären hilfreicher?

Hilfreiches zum Standing:

Ausarbeitung eines USP = die Einzigartigkeit des Angebotes (Unique Selling Point):

Was unterscheidet mein Unternehmen/ meine Dienstleistung, meine Produkte von anderen Mitbewerbern?

Übung zur Preisfindung: Denken Sie sich einen utopisch hohen Preis für Ihre Dienstleistung aus – sprechen Sie diesen laut aus! Dann reduzieren Sie langsam, in kleinen Schritten bis zu einem Betrag, der Ihnen leicht über die Lippen kommt. Letzterer ist dann zu niedrig. Jetzt gehen Sie in Schritten wieder hoch. Der richtige Preis ist sicherlich der, den Sie gerade noch aussprechen können. Es darf etwas zwicken! Dann üben Sie die Aussprache mit klarer Stimme und gerader Haltung ein paar Mal. Probieren Sie es einfach aus!



Bezogen auf Andere:

Hinderlich:

Der Anbieter fängt bei Einwänden direkt an, den Preis zu rechtfertigen. Er fühlt sich angegriffen und geht in eine Abwehrhaltung. Oder bietet direkt von sich aus eine Reduzierung an.

Der Anbieter stellt kaum öffnende und lösungsorientierte Fragen. Oft aus dem Glauben heraus, dass Fragen „aufdringlich ausfragend“ wirken könnten.

Der Anbieter hakt selten nach und deutet Erinnerungsmails oder Anrufe als aufdringlich. Auch dann, wenn er für sich selbst andere Erfahrung gemacht hat und es gut findet, bei wichtigen Dingen erinnert zu werden.

Hilfreich:

- Verkaufs – und Kommunikationstechniken, wie z.B. Einwandfrei verkaufen (siehe Video auf www.remotivation.de!), Fragekompetenz, Lösungsorientierte Fragen, Ja-Genau-Haltung, Rapport/ Pacing/Leading.
- Wissen um die eigenen Fähigkeiten und den Wert des Produktes.
- Wissen um die Vergesslichkeit des Menschen, umdeuten des hinderlichen Glaubenssatzes zum Thema „Aufdringlich“.

Bezogen auf das Unternehmen:

Hinderlich:

Die Dienstleistung wird zu günstig angeboten – der Preis ist wirtschaftlich nicht abbildbar. Es wurde keine Kalkulierung vorgenommen um den Preis mit dem tatsächlichen finanziellen Bedarf abzugleichen (Stundensatz/ Tagessatzkalkulation).

Unterstützend:

Preiskalkulation mithilfe einer entsprechenden Tabelle (gibt es im Internet).

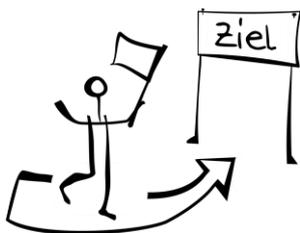
Unterstützung durch einen Unternehmensberater – bei Gründung durch einen Existenzgründungsberater oder entsprechende Stellen (Starter Center).

Klare Verkaufs- und Akquise-Strategie

Ablauf: wann mache ich wo was? Hierzu gibt es viel gute Literatur, u.a. im kompetenzshop.de ☺.

Sprachlich: **wie** biete ich meine Dienstleistung an – mit welchen verkaufpsychologisch wirksamen Worten?

Hilfreich: 4MAT^o zur Gesprächsvorbereitung, SPIN^o und das Wissen um Kaufmotive (im kostenlosen Downloadbereich bei remotivation.de).



Epilog

Jedes dieser Themen kann umfangreich geschult, gelernt und bearbeitet werden. Dies mag als Überblick gelten, welche Möglichkeiten es gibt...

Verkaufen ist Handwerk. Wie jedes andere Gewerk auch. Musiker und Sportler üben jeden Tag... das Üben bringt Sicherheit.

Mit dem richtigen Handwerkszeug macht Akquise plötzlich Spaß!

