Preisverhandlungen erfolgreich führen
und gewinnen

Michael Mauer

Preisverhandlungen erfolgreich führen und gewinnen

Rabattforderungen professionell
abwehren – und Kunden trotzdem
zufriedenstellen

Michael Mauer
Bochum
Deutschland

ISBN 978-3-658-07601-6 ISBN 978-3-658-07602-3 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-07602-3

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Lektorat: Manuela Eckstein, Imke Sander

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
(www.springer.com)

Vorwort

Warum ich dieses Buch für Sie geschrieben habe...

Dieses Buch habe ich speziell für alle im Verkauf tätigen Personen geschrieben, damit Sie im Umgang mit Ihren Kunden jederzeit auf ein praxisrelevantes und erprobtes Nachschlagewerk zurückgreifen können. Es erklärt, wie Rabattforderungen entstehen, und wie Sie unangemessene Rabattforderungen seitens des Kunden erfolgreich abwehren können. Mit der richtigen Gesprächsstrategie kommen Sie nicht nur zum erfolgreichen Abschluss sondern vielmehr zum zufriedenen Kunden. Somit sollte dieses Buch Ihr unentbehrlicher Freund und alltäglicher Begleiter im Verkauf werden.

Welche typischen Rabattstrategien gibt es? Welche Auswirkungen hat die Jagd nach dem Schnäppchen tatsächlich auf meine Geschäftsstrategie als Unternehmer? Wie können Sie als Verkäufer angemessen und kundenfreundlich auf Rabattjäger reagieren? Welche Strategien gibt es für Sie, die oftmals dreisten Rabattjäger angemessen in ihre Schranken zu weisen? Und schadet die erfolgreiche Jagd des Kunden nach einem Schnäppchen nicht letztendlich auch der Reputation Ihres Unternehmens? Mit diesen und vielen weiteren Fragen beschäftigt sich das Ihnen vorliegende Werk.

Das Internet und die Rasanzen der technologischen Entwicklungen tragen im Geschäftsleben immer mehr zur Preistransparenz bei. Dies führt zwangsläufig dazu, dass nahezu jeder Kunde heutzutage nach Rabatten fragt. Schnäppchenjäger und Hobbyfeilscher prägen das Alltagsbild in vielen Geschäften. „Ist Geiz wirklich geil?“ Diese Entwicklung bereitet vielen Unternehmern hinsichtlich der Gewinnerwartungen ihrer Geschäfte zunehmend große Sorgen. Auch meine Mitarbeiter ärgerten sich häufig über die dreisten Schnäppchenjäger, so dass alsbald der Wunsch nach einem Rüstzeug aufkam, mit dem wir uns gegen derartige Kundenanfragen nach Rabatt wappnen konnten. So entstand dieses Buch, das Sie auch als „Praxishandbuch des Verkäufers für Verhandlungsstrategien“ bezeichnen können.

Das Werk soll Ihnen darüber hinaus die Zusammenhänge erklären, wie sie sich in der täglichen Praxis im aktuellen Marktgeschehen widerspiegeln. Ich möchte Ihnen im Folgenden nicht nur aufzeigen, welche effizienten Möglichkeiten der Abwehr es für Sie als Verkäufer gegenüber den Rabattstrategien der Kunden gibt, sondern Ihnen mithilfe dieses Buches gänzlich neue Verhandlungsperspektiven für Ihre tägliche Praxis eröffnen. Der Praxisteil des Buches ist mein persönliches Herzstück. Mit den hier dargestellten Strate-

gien und Musterbeispielen werden Ihre zukünftigen Preisverhandlungen mit Kunden zum Instrumentarium qualifizierter Verkaufsberatung.

Die Zeiten bloßer, wenn auch oftmals hervorragend angewandter Verkaufsrhetorik, sind meines Erachtens vorbei. Denn nur die Kompetenz des Verkäufers, sprich dessen unentbehrliches Wissen um Produkt, Verhandlungsposition, Verhandlungsmasse und Kenntnis der Marktpreise schafft klare Verhältnisse für die Preisverhandlung und bleiben-de Werte für den Kunden.

Gewinnen Sie also Spaß an den Verhandlungsstrategien, die in diesem Buch vorgestellt werden. Entwickeln Sie selbst Ihre eigenen Erfolgsstrategien. Mit anderen Worten: Konzentrieren Sie sich aufs Tore schießen!

Die Wahl der richtigen Worte, aber auch der richtigen Verhandlungsstrategie, wird hierbei immer entscheidender. Bildlich formuliert, beginnt gelebte Kompetenz in Ihrem Unternehmen mit dem Einsatz der richtigen Mischung verschiedenster Instrumente für eine clevere und vor allem erfolgreiche Verhandlungstechnik. Diese Instrumente stelle ich Ihnen in diesem Buch vor. Doch bleiben Sie stets fair gegenüber dem Kunden. Persönlich betrachte ich für mich den Grundsatz von Fairness und gegenseitiger Wertschätzung als das Wichtigste in jeder Verhandlung und als wichtigstes Mittel für die Kundenbindung.

Viel Spaß beim Studium!

Eine angenehme Lektüre und erfolgreiches Verhandeln wünscht Ihnen herzlichst

Ihr

Michael Mauer

Bochum, im August 2014

Dem Autor ist bekannt, dass der sprachlichen Gleichbehandlung von Frau und Mann (Verkäuferin und Verkäufer, Fachberaterin und Fachberater) eine besondere Bedeutung zukommt.¹ Jedoch werden in der hier vorliegenden Arbeit die Begriffe aus Vereinfachungsgründen nicht unterschieden und synonym verwendet.

¹ Vgl. Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur (Hrsg.): Sprachliche Gleichbehandlung von Frauen und Männern im Bereich des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Begriff: Sprachliche Gleichbehandlung. http://www.bmukk.gv.at/ministerium/rs/2002_22.xml Zugegriffen: 02. August 2009.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
2	Es war einmal...der Glaube an den Preis	3
2.1	Kaufentscheidungen finden regelmäßig vor der Rabattforderung statt	3
2.2	Wertschätzung als entscheidender Faktor für die Kundenbindung	4
2.3	Ihr Nutzen für den Verkauf – „Übung macht den Meister“	4
2.4	Auf die Signale des Verhandlungspartners achten	5
2.5	Vorsicht bei zu hohen Rabatten – die „Kundenzufriedenheitsfälle“	5
	Literatur	6
3	Ihre Verhandlungskompetenz	7
3.1	Analysestrategien	8
3.2	Persönlichkeitsstrukturen	10
3.3	Ihre Firmen- und Unternehmenskultur	12
3.4	Gemeinsamkeitsstrukturen zwischen Ihnen und dem Kunden	13
3.5	Willkommen in der Welt der Preisbildung	13
3.6	Die Welt der Verhandlungstechniken – Der Ton macht die Musik	19
4	Rabatte	23
4.1	Die Ursachen für Rabattbildung – Ursachen für das heutige Rabattwesen sind vielfältig	24
4.2	Die Folgen zu hoher Rabatte für Sie und Ihr Unternehmen	26
4.3	Die unterschiedlichen Anbieter und ihre Rabattsysteme	34
	Literatur	41
5	Der Einzelhandel im direkten Vergleich...	43
5.1	...zu klassischen Auktionen	43
5.2	...zu den Internetanbietern	46

6 Die Verhandlungswelt der Strategien	53
6.1 Unterschiedliche Ansichten über Luxusgüter	54
6.2 Warum fragen Kunden nach Rabatt?	54
6.3 Die Typologie der Kunden – eine Mentalitätsfrage	54
6.4 Der kulturelle Hintergrund der Rabattargumentationen	56
6.5 Typische Kundenrabattstrategien	59
7 Erfolgreiche Abwehrstrategien	65
7.1 Grundlagen	65
7.2 Das Verhandlungsgespräch und seine Fallen – Die Herausforderungen an Sie als Verkäufer	67
7.3 Die Argumentationsstrategie als Oberbegriff	74
7.4 Die Rhetorik-Strategie als Oberbegriff	80
7.5 Die Angebotsstrategie als Oberbegriff	83
8 Praxisteil – Ihr Cross-Check für die erfolgreiche Verhandlung	89
8.1 Die Direktfragestrategien der Kunden	90
8.2 Die Behauptungsfrager	95
8.3 Die Erfahrungsstrategien der Kunden	114
8.4 Die Vielversprecherstrategien	122
8.5 Die Mitleidsstrategien der Kunden	126
8.6 Die dreisten Kundenstrategien	130
8.7 Die unkorrekten Kundenstrategien	134
9 Anhang: Zusammenfassende Ratschläge	137
9.1 Die 11 Profile des Verkäufers	137
9.2 Die 12 Tipps für den Verkaufsaltag	137
9.3 Die 13 Regeln für den Rabattalltag	139
9.4 Die 24 Tipps für Sie	139
9.5 Übersicht: Die Strategien zur Abwehr von Rabatt	141
Nachwort	143
Weiterführende Literatur von Springer Gabler	145