

Tipp von Verkaufstrainer Thomas Burzler

Preisanpassungen zum Kunden kommunizieren

Wie Verkaufsprofis systematisch neue Kunden gewinnen und bessere Preise erzielen, zeigt Verkaufstrainer Thomas Burzler im Herbst in einem eintägigen Verkaufstrainings. Am 26. Oktober steht das Thema Neue Kunden gewinnen auf dem Programm und am 25. November das Thema bessere Preise erzielen. Vorab gibt der renommierte Trainer Tipps für die Vorgehensweise und Argumentation bei erforderlichen Preiserhöhungen.



Thomas Burzler, der Profitseller, trainiert Verkäufer in zwei eintägigen Workshops von ELEKTRONIKPRAXIS

Seit dem Tiefpunkt im Frühjahr 2009 muss die Elektronikindustrie drastische Preissteigerungen bei Kupfer und Nicht-Edelmetallen hinnehmen. „Wenn sich die Gegebenheiten des Marktes ändern, müssen Sie Ihre Preise gegenüber Ihren Kunden anpassen“, betont Verkaufstrainer Thomas Burzler. „Sprechen Sie darum nicht von Preiserhöhungen, sondern von Preisanpassungen“, rät der Experte für Preisverhandlungen und Preisgespräche. Für die Vorgehensweise hat Burzler eine 5-Punkte-Liste erstellt:

1. Die Notwendigkeit klären und Kampfwillen stärken

Die Verkäufer müssen wissen, dass die Preisanpassung absolut notwendig ist. Erklären Sie die Zusammenhänge zwischen Einkaufskosten und deren Auswirkungen auf den Preis! Optimal ist der Kontakt zum eigenen Einkauf, der weiß, wie es im Rohstoffmarkt aussieht.

2. Interne Maßnahmen aufzeigen

Die Verkäufer werden gefragt werden, ob denn ihr Unternehmen etwas gegen den Kostendruck von außen unternommen hat. Jetzt ist es wichtig, dass die Verkäufer genau wissen, wovon sie sprechen. Nur wenn alle genau wissen, welche Maßnahmen ergriffen wurden, können sie auch dahinter stehen und werden sicher beim Kunden argumentieren.

3. Möglichkeiten zur Kompensation suchen

Wenn eine Preisanpassung notwendig ist, dann müssen Sie sie auch durchziehen. Um jedoch dem Kunden einen Ausweg zu bieten, ist es gut, wenn Sie im Vorfeld des Gesprächs wissen, was Sie Ihrem Kunden als Ausgleich anbieten können. Hier gilt im Grunde wie bei einer Preisverhandlung die Grundregel „Geben und Nehmen“. Überlegen Sie sich:

- In welchen Bereichen könnten Sie Ihrem Kunden helfen zu sparen?
- Haben Sie eine Möglichkeit, ihm zu helfen, seine Produktivität zu erhöhen?
- Kann er ein Produkt durch ein neueres ersetzen, das vielleicht günstiger ist?

4. Kundengespräch gezielt vorbereiten
Bereiten Sie sich intensiv auf das Kundengespräch vor. Arbeiten Sie heraus, warum der Kunde unbedingt weiter bei Ihnen kaufen sollte.

- Was macht Sie für diesen Kunden unentbehrlich?
 - Wie ist Ihre Stellung bei diesem Kunden (A-, B- oder C-Lieferant)?
 - Wie ist Ihre Lieferantenbewertung?
 - Welche positiven Aspekte der bisherigen Zusammenarbeit gibt es?
- Erstellen Sie Ihre Gesprächsstrategie:
- Wie werden Sie die Notwendigkeit für den Kunden darstellen?

- Wie zeigen Sie die internen Maßnahmen auf, so dass er sie nachvollziehen kann, ohne Ihre Kostenstruktur zu tief zu erkennen?

- Wie führen Sie das Gespräch in Richtung künftige Zusammenarbeit und Partnerschaft?

5. Üben, üben, üben

Ich empfehle die Gesprächssituationen intensiv im Vorfeld zu üben z.B. in Rollenspielen, wobei die eigenen Einkäufer als Kunden auftreten. Erstellen Sie eine Checkliste der wesentlichen Einwände, die kommen können und bereiten Sie für jeden Einwand eine Antwort vor! Dazu habe ich für Sie eine Checkliste mit 44 typischen Gegenargumenten zusammengestellt. Diese Liste können Sie kostenfrei per E-Mail anfordern bei: redaktion@elektronikpraxis.de

Was Sie tun und besser lassen sollten:

- Kommunizieren Sie klar die Notwendigkeit der Preisanpassung und weichen Sie nicht davon ab.
- Kompensieren ist besser als die Anpassung zu verringern.
- Haben Sie keine Angst, dass die B- und C-Kunden abspringen.
- Bewerten Sie bei A-Kunden das Risiko eines Wechsels. Meist sind die Kosten, die bei einem Wechsel des Lieferanten entstehen, erheblich höher als die Preisanpassung.

Die Vorgehensweise und Argumentation für Preisanpassungen erklärt Thomas Burzler in einem **6-minütigen Video** – zum Video gelangen Sie via InfoClick. Am 26. Oktober und 25. November gibt der renommierte Verkaufstrainer und Buchautor außerdem jeweils in einem eintägigen Workshop Verkäufern und Vertriebsmitarbeitern Argumentationshilfen und Handlungsempfehlungen, wertvolle Tipps sowie Beispiele für ihre Verkaufspraxis. Alleinstellungsmerkmal der beiden praxisnahen Workshops ist eine Videoaufzeichnung des Trainings als DVD zu den Seminarunterlagen. Die Termine und Inhalte der Trainings, Videoausschnitte und O-Töne der Teilnehmer finden Sie im Internet unter: www.verkaufstraining-elektronik.de

www.elektronikpraxis.de

Verkaufstraining mit Thomas Burzler: Videoausschnitte, Tipps, Termine

InfoClick

357988