10. September 2015, 09:35

Berater

Warum der Preis immer eine Frage der Perspektive ist

Konditionsverhandlungen sind in der Finanzdienstleistung eine große Herausforderung. Egal, ob es um Provision oder Vertragslaufzeiten geht – die Kunst des erfolgreichen Verkaufens ist es, dem Kunden seriös zu begegnen und ihn mit der guten Qualität des Angebotes zu begeistern, ohne dabei feilschen zu müssen.

Die Limbeck-Kolumne

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei

Mehr zum Thema
Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

"Lassen Sie sich nicht zu Rechtfertigungen hinreißen, wenn der Kunde Hand an den Preis legen will. Stehen Sie stattdessen zu Ihrem Angebot."

Keine Zeit, kein Interesse, noch in einem festen Vertrag, gerade etwas Neues abgeschlossen – immer das Gleiche. Sicher kennen Sie diese Einwände schon in- und auswendig.

Haarig wird es allerdings, wenn Ihnen noch kurz vor dem Abschluss ein Hindernis in den Weg geräumt wird: "Zu teuer!" Sie sind nur noch ein kleines Stück von der Zielgeraden entfernt – jetzt nur nicht die letzte Hürde reißen.

Doch genau darin sind leider eine Menge Verkäufer echte Spezialisten. Alles, was an dieser Stelle noch nötig wäre, ist eine saubere Argumentation. Etwas wie "Günstig ist es nicht. Dafür bekommen Sie mit Ihrer monatlichen Investition jedoch ein Rundum-Sorglos-Paket, so dass Sie sich keine Gedanken mehr um zusätzliche Absicherungen machen müssen."

Mehr zum Thema Coaching für Finanzberater

Der Eisverkäufer von Capri oder: Geniales Verkaufen

Verbandsmitgliedschaften: Werden Sie aktiv

Low Performer weiterbilden in sieben Schritten

Geiz ist geil? Stehen Sie zu Ihren Konditionen

Vergessen Sie niemals, was das Wichtigste beim Verkaufen ist: Das Interesse für den Kunden. Beobachten Sie daher ständig, wie sich Ihre Klienten geben, finden Sie heraus, welche Vorstellungen sie haben und worauf sie Wert legen. Dann erkennen Sie auch mit Leichtigkeit, wenn der Interessent mit "ganz schön teuer" eben nicht "zu teuer" meint.

An dieser Stelle ist Ihr Geschick als Verkäufer gefragt und vor allem Ihre Fähigkeit, die Schokoladenseiten Ihres Angebotes abermals ins rechte Licht zu rücken.

Die Verhandlung ist bis hierhin super gelaufen, der Kunde ist interessiert, stellt Rückfragen – und dann das: "Können wir über die Konditionen reden?"

Seite zwei: Stehen Sie zu Ihrem Angebot

10. September 2015, 09:35

Berater

Warum der Preis immer eine Frage der Perspektive ist

Lassen Sie sich nicht zu Rechtfertigungen hinreißen, wenn der Kunde Hand an den Preis legen will. Stehen Sie stattdessen zu Ihrem Angebot. Ihr Kunde möchte beispielsweise die Zinsen drücken? Dann sollten Sie ihm nochmal ausdrücklich die Vorteile aufzählen, die Ihr Unternehmen bietet.

Zum Beispiel die Möglichkeit, die Ratenzahlung vorübergehend auszusetzen, die Höhe der Raten flexibel anzupassen oder den Kredit auch während der Laufzeit nochmals aufzustocken.

Mehr zum Thema Kundengewinnung

Online-Beratung: Stolperfallen umgehen in der virtuellen Welt

Langfristige Kundenbeziehung: Nachbereitung ist das A und O

Jeff Bezos und der leere Stuhl oder warum Ihr Kunde kaufen sollte

Ihr Ziel muss es sein, Preis und Mehrwert fest im Kopf des Kunden zu verknüpfen. Machen Sie klar, dass Expertise und gute Qualität nun mal ihren Preis haben. Oder verhandeln Sie über den Preis eines Hotelzimmers oder Gerichtes im Restaurant?

Clever argumentieren: So meistern Sie Preisgespräche souverän

• Lassen Sie Ihren Gesprächspartner die Zahlen noch einmal für sich selbst durchrechnen. Gerade wenn es um Finanzierungsangebote geht, schwirrt vielen Kunden der Kopf vor lauter Zahlen und sie sind unsicher, ob das alles wirklich seine Richtigkeit hat. Seine eigenen Ergebnisse wird er eher akzeptieren als fertige Modellrechnungen. Lassen Sie ihn daher zum Beispiel selbst nochmal durchrechnen, wie viel er monatlich investieren muss.

• "Zu teuer" bedeutet meist, dass Ihrem Kunden noch Informationen fehlen und/oder er den individuellen Nutzen noch nicht für sich erfasst hat. Hier sollten Sie noch einmal genau auf die Bedürfnisse Ihres Gegenübers eingehen und die individuellen Vorteile herausarbeiten. In solchen Fällen heißt "zu teuer" oft nichts anderes als "noch zu teuer".

Seite drei: Resignieren Sie nicht

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei

Mehr zum Thema
Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

10. September 2015, 09:35

Berater

Warum der Preis immer eine Frage der Perspektive ist

• Freuen Sie sich über einen Einwand. Hätte Ihr Gesprächspartner direkt mit "Ist mir zu teuer. Einen guten Tag noch" geantwortet, wäre Ihr Verkaufsgespräch schon zu Ende.

• Zeigen Sie Verständnis für die Haltung des Kunden, bestätigen Sie jedoch keinesfalls eine konkrete Preisforderung. Noch ein absoluter Abschluss-Killer: Fragen Sie auf keinen Fall Ihren Interessenten nach seinen Preisvorstellungen.

Meistgelesen im Ressort Versicherungen

Vollmachten, Versicherungen & Co.: Zehn Vorkehrungen, die bei Volljährigkeit zu treffen sind

Die fairsten Rechtsschutzversicherer

"BU-Beratung stärker vom Standard-Prozedere loslösen"

• Resignieren Sie nicht. Nur weil der Kunde Ihr Angebot "zu teuer" findet, bedeutet das nicht automatisch, dass er zum Wettbewerber überläuft. Nur ein Durchschnittsverkäufer würde darauf mit einem Preisnachlass reagieren – betonen Sie stattdessen nochmal die Vorteile Ihres Angebotes. Machen Sie Ihrem Gesprächspartner deutlich, dass er für sein Geld auch eine Menge Gegenleistung erhält.

• Nehmen Sie es nicht persönlich. Die Verhandlungsprofis unter den Kunden wollen Sie oftmals nur testen. Häufig haben sie bei Durchschnittsverkäufern die Erfahrung gemacht, dass "da noch was geht" und wollen Sie jetzt ebenfalls auf Ihre Standfestigkeit prüfen. Bleiben Sie gelassen und demonstrieren Sie souverän, dass Sie bei Preisdruck nicht umfallen.

Salesleaders 2015 am 20. November in Wien. Hier können Sie sich anmelden.

Martin Limbeck ist einer der renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene. Er ist seit mehr als 20 Jahren Verkaufs- und Managementtrainer. Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Lehrbeauftragter im Bereich Sales Management an der ESB Business School in Reutlingen sowie Dozent in der Führungskräfteweiterbildung der Universität St. Gallen. Er ist Mitglied des Club 55 und des Top-Trainer-Teams Salesleaders.

Foto: Nils Schwarz – Martin Limbeck Trainings