



Finanznachrichten auf Cash.Online > Meinung > Kolumnen > Wer Geschäfte macht, macht keine Geschenke: Gleicher Preis für alle!

Teilen bei: |

4. Oktober 2016, 11:06

Berater | Kolumnen

Wer Geschäfte macht, macht keine Geschenke: Gleicher Preis für alle!

Für gute Verkäufer gilt eine ganz klare Regel: Der Preis steht. Der Preisstolz verbietet es Ihnen, einem Kunden einen Preisnachlass ohne Gegenleistung anzubieten. Warum? Weil Ihr Produkt "preiswert" ist. *Die Limbeck-Kolumne*



"Wir kennen uns doch schon seit der Schule ... Meinst du nicht, du kannst noch was an den Konditionen machen? Für einen guten Freund kannst du doch mal ein Auge zudrücken?" Sicher ist Ihnen das auch schon passiert, oder? Ein Fußballkumpel möchte eine neue Hausratversicherung abschließen oder sich fürs Alter absichern.

Logisch, dass er sich da an Sie wendet, schließlich sind Sie ja praktischerweise Profi auf dem Gebiet. Natürlich fühlen sich viele in dieser Situation erst einmal geschmeichelt. Doch schnell wird klar, dass die Sache einen gewaltigen Haken hat. Mal ehrlich: Wenn Sie jedem Bekannten einen Freundschaftspreis anbieten würden, könnten Sie Ihren Job genauso gut an den Nagel hängen.

Ich kann es nicht oft genug sagen: Wer Geschäfte macht, macht keine Geschenke! Klar kenne ich es auch, dass mir zum Beispiel der Besitzer meines Lieblingsrestaurants mal einen Aperitif aufs Haus spendiert – doch deswegen frage ich ihn noch lange nicht, ob ich das Ossobuco nicht ein bisschen günstiger haben kann. Sowas gehört sich einfach nicht.

Bei Geld hört die Freundschaft auf

Natürlich passiert sowas nicht nur mit Bekannten und engeren Freunden, sondern auch mit langjährigen Kunden. Schnell wird da das „Beziehungs-Ass“ aus dem Ärmel gezogen: "Herr Limbeck, wir arbeiten schon seit fünf Jahren erfolgreich zusammen. Können Sie mir nicht mit der monatlichen Prämie etwas entgegenkommen, wenn ich meine private Unfallversicherung auch bei Ihnen abschließen?"

Knifflige Situation. Bei Ihnen als Verkäufer sollten da alle Alarmglocken läuten. Natürlich wollen Sie eine gute und langfristige Beziehung zu Ihren Geschäftspartnern aufbauen. Doch die Grenzen zwischen Freundschaft und Verpflichtung sind fließend. Das habe ich selbst schon am eigenen Leib erfahren.

Seite zwei: [Einmal ist keinmal?](#)Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Coaching für Finanzberater
Berater
Kolumnen

Startseite

Kontakt

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER

Berater
Verkaufen im GrenzbereichBerater | Kolumnen
Erfolgreicher mit dem "Kölner Dom"-PrinzipBerater
Vertriebsexperten laden zu "SalesNights"[Alle Themenseiten ...](#)

AKTUELLES AUS DEM RESSORT

Berater | Kolumnen
Wer Geschäfte macht, macht keine Geschenke: Gleicher Preis für alle!Berater | Versicherungen
Neue Haftpflicht-Police lanciertBerater
Commerzbank: Jobabbau vor allem in Deutschland

MEISTGELESEN

[Der Immobilienverkauf im Erbfall](#)[Cash.Gala 2016 – die Highlights](#)[In vier Schritten vom Ausschließlichkeitsvertreter zum Versicherungsmakler](#)[Die Welt ersäuft in Schulden – Folgen für die Geldanlage](#)[BU-Tarife im Test: Keine "völligen Ausfälle" zu beklagen](#)

MEISTVERSCHICKT

[Die Welt ersäuft in Schulden – Folgen für die Geldanlage](#)[Hansa Treuhand gibt Emissionsgeschäft auf](#)[Achtung Scheinselbständigkeit: Gerade Versicherungsvertreter sind betroffen](#)[EPX August: Preise für Neubauten steigen weiter](#)[Project baut in Berlin-Lichtenberg](#)



Finanznachrichten auf Cash.Online > Meinung > Kolumnen > Wer Geschäfte macht, macht keine Geschenke: Gleicher Preis für alle!

Teilen bei: |

4. Oktober 2016, 11:06

[Berater](#) | [Kolumnen](#)

Wer Geschäfte macht, macht keine Geschenke: Gleicher Preis für alle!

Für mich gibt es daher eine ganz klare Regel: Der Preis steht. Als guter Verkäufer ist es Ihre Pflicht, wie eine Eins hinter Ihrem Angebot, Ihrem Produkt und Ihrem Unternehmen zu stehen. Der Preisstolz verbietet es Ihnen, einem Kunden einen Preisnachlass ohne Gegenleistung anzubieten. Warum? Weil Ihr Produkt "preiswert" ist.

Ja, Sie haben richtig gelesen. Es ist seinen Preis wert, das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt! Wenn Sie sich dennoch bequatschen lassen, mit dem Preis runterzugehen, stellen Sie Ihre eigene Glaubwürdigkeit in Frage. Denn mal ehrlich: Was glaubt Ihr Kunde wohl, wenn Sie ohne große Gegenwehr direkt einknicken?

Einmal ist keinmal?

Ich für meinen Teil würde dann skeptisch werden und mir zwei Fragen stellen: Ist das Angebot komplett überteuert und der Nachlass sowieso schon einkalkuliert? Braucht der Verkäufer den Abschluss so dringend, dass ich sogar noch mehr rausholen kann? Beides keine gute Ausgangssituation für eine langfristige Kundenbeziehung. Schlimmstenfalls wird der Kunde von diesem Tag an jedes Mal die Hand an den Preis legen. Dann bekommen Sie nie mehr einen Fuß auf den Boden und werden jedes Mal den Kürzeren ziehen, so leid es mir tut. Bleiben Sie also hart und verteidigen Sie den Wert Ihres Angebots!

Zugegeben, ich habe auch schon mal ein Auge zugedrückt und einem Bekannten einen guten Preis für ein Training gemacht. Mir war bewusst, dass ich mich damit auf dünnem Eis bewege. Denn wenn Ihr Kunde merkt, dass er das gute Verhältnis zu Ihnen ausnutzen kann, wird er es immer wieder versuchen. Und das nicht nur bei der Prämie an sich, sondern auch bei Stornoregelungen und Zahlungszielen. Hier ist Vorsicht geboten!

Seite drei: [Keine Leistung ohne Gegenleistung](#)

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

[Coaching für Finanzberater](#)
[Berater](#)
[Kolumnen](#)

[Startseite](#)

[Kontakt](#)

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



[Berater](#)
Verkaufen im Grenzbereich



[Berater](#) | [Kolumnen](#)
Erfolgreicher mit dem "Kölner Dom"-Prinzip



[Berater](#)
Vertriebsexperten laden zu "SalesNights"

[Alle Themenseiten ...](#)

AKTUELLES AUS DEM RESSORT



[Berater](#) | [Kolumnen](#)
Wer Geschäfte macht, macht keine Geschenke: Gleicher Preis für alle!





[Berater](#) | [Versicherungen](#)
Neue Haftpflicht-Police lanciert



[Berater](#)
Commerzbank: Jobabbau vor allem in Deutschland

MEISTGELESEN

Finanznachrichten auf Cash.Online > Meinung > Kolumnen > Wer Geschäfte macht, macht keine Geschenke: Gleicher Preis für alle!

Teilen bei:  | 

4. Oktober 2016, 11:06

[Berater](#) | [Kolumnen](#)

Wer Geschäfte macht, macht keine Geschenke: Gleicher Preis für alle!

Eins sollten Sie sich daher immer wieder ins Gedächtnis rufen: Sie sind nicht der Anwalt Ihres Kunden. Er ist erwachsen, also nennen Sie ihm Ihren Preis und lassen Sie ihn entscheiden. Gerade weil Sie ein gutes Verhältnis haben, hat Ihr Kunde es umso mehr verdient, dass Sie ihm gegenüber ehrlich und selbstbewusst auftreten und zu Ihren Prinzipien stehen.

Und eins dieser Prinzipien lautet ganz klar: Der Preis steht. Also seien Sie nicht einer dieser Kumpeltypen, die teure Rabatte gewähren, weil Sie Privates mit Geschäftlichem vermischen. Für mich hat sich ganz klar eine Regel bewährt: Gute Freundschaft, strenge Rechnung.

Keine Leistung ohne Gegenleistung!

Noch ein Tipp für besonders hartnäckige Fälle: Wenn Ihr Kunde einen Nachlass will, dann machen Sie ihm ein neues Angebot mit neuen Konditionen. Denn es handelt sich um ein neues Geschäft, weil sich die Verhandlungsbasis geändert hat. Fragen Sie Ihren Kunden, worauf er verzichtet, damit Sie ihm ein neues Angebot vorlegen können. Wenn er sich nicht entscheiden kann, machen Sie ihm Vorschläge. Denkbare Gegenleistungen wären zum Beispiel eine längere Vertragslaufzeit oder größere Serviceintervalle.

Ihr Kunde möchte die Finanzierung seines Hauses unbedingt mit einer geringeren monatlichen Rate? Kann er gerne haben – dann jedoch mit einer um zwei Jahre verlängerten Laufzeit. Die Maxime von Spitzenverkäufern für Preisgespräche lautet: Verzicht auf Nutzen – oder Preis akzeptieren! Wollen Sie einen einseitigen Nachlass vermeiden, dann bringen Sie Ihren Kunden dazu, auf Leistungsmerkmale zu verzichten. Kleinerer Preis – kleinere Leistung, so einfach ist das. Machen Sie Geschäfte, keine Geschenke!

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

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

[Coaching für Finanzberater](#)
[Berater](#)
[Kolumnen](#)

[Startseite](#)

[Kontakt](#)

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



[Berater](#)

Verkaufen im Grenzbereich



[Berater](#) | [Kolumnen](#)

Erfolgreicher mit dem "Kölner Dom"-Prinzip



[Berater](#)

Vertriebsexperten laden zu "SalesNights"

[Alle Themenseiten ...](#)

Anzeige

AKTUELLES AUS DEM RESSORT



[Berater](#) | [Kolumnen](#)

Wer Geschäfte macht, macht keine Geschenke: Gleicher Preis für alle!



[Berater](#) | [Versicherungen](#)

Neue Haftpflicht-Police lanciert



[Berater](#)

Commerzbank: Jobabbau vor allem in Deutschland

MEISTGELESEN

[Der Immobilienverkauf im Erbfall](#)

[Cash.Gala 2016 – die Highlights](#)

[In vier Schritten vom Ausschließlichkeitsvertreter zum Versicherungsmakler](#)

[Die Welt ersäuft in Schulden – Folgen für](#)