



Finanznachrichten auf Cash.Online > Meinung > Kolumnen > Weil Sie es sich wert sind: Der Preis steht!

Teilen bei:  | 

29. August 2016, 09:00

Berater | Kolumnen

Weil Sie es sich wert sind: Der Preis steht!

Ihr Preis ist immer auch Ausdruck Ihrer Leidenschaft als Verkäufer und ein Versprechen an Ihren Kunden für die zukünftige Zusammenarbeit. Gehen Sie dementsprechend selbstbewusst mit Ihrem Angebot um. *Die Limbeck-Kolumne*



"Nur wenn Sie davon überzeugt sind, dass es seinen Preis wert ist und das auch deutlich genug kommunizieren, wird Ihr Gegenüber sich ebenfalls davon überzeugen lassen."

"Herr Kunde ... es ist so ... die Finanzierung der Eigentumswohnung würde Sie ... rüspen ... monatlich 550 Euro kosten. Und nach zehn Jahren Zinsbindung hätten Sie dann noch eine Restschuld von ungefähr 56.000 Euro." Was glauben Sie, wie begeistert Ihr Gegenüber von diesem Angebot sein wird?

Bitte, machen Sie sowas niemals! Gerade wenn es um den Preis geht, müssen Sie äußerst behutsam vorgehen. Das fängt schon mit der richtigen Wortwahl an. Begriffe wie "Kosten", "inklusive" oder – besonders schlimm – "Restschuld" haben nichts in Ihrem Vokabular zu suchen. Verwenden Sie besser Synonyme wie: "Sie bekommen ...", "Sie erhalten ..." oder "Sie investieren ...".

Gehen Sie selbstbewusst mit Ihrem Angebot um

Und es kommt nicht nur darauf an, was Sie sagen, sondern auch "wie": Was glauben Sie, wie es bei Ihrem Gegenüber ankommt, wenn Sie auf die Kostenfrage so zögerlich und sichtlich nervös antworten? Wahrscheinlich wird er sich denken, dass Sie etwas zu verbergen haben, dass er bei der Finanzierung über den Tisch gezogen wird und dass Sie auch nicht davon überzeugt sind. Höchststrafe!

Dabei lässt sich diese Situation ganz leicht vermeiden: Nennen Sie die Summe so, als wenn es das Natürlichste der Welt ist. Nur durchschnittliche Verkäufer haben Angst vor der nachfolgenden Verhandlung. Für einen Topseller ist der Preis eine Selbstverständlichkeit, er gehört zum Angebot wie das Dach zum Haus.

Seite zwei: [Bewahren Sie sich Ihre Selbstachtung](#)

Weiter lesen: 1 2 3

[Drucken](#) | [Kommentieren](#)[Drucken](#)
[Weiterleiten](#)
[Kommentieren](#)

Teilen bei



Mehr zum Thema

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

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



Berater | Kolumnen

Sicher zum Abschluss mit dem Flow-Prinzip

Berater

Limbisches Verkaufen: Lustgefühle wecken, Frustgefühle vermeiden

Berater

Angebot: Setzen Sie auf Kreativität statt 08/15[Alle Themenseiten ...](#)

Anzeige

AKTUELLES AUS DEM RESSORT



Berater | Kolumnen

Weil Sie es sich wert sind: Der Preis steht!

Berater

"Persönliche Beratung kann durch Fintechs nicht ersetzt werden"

Berater | Immobilien

Interhyp: Immobilienkäufer nutzen Zinstief für schnellere Entschuldung



MEISTGELESEN

["Versicherer werden ihre Vertriebe konsequent umbauen"](#)[Altersvorsorge mit der eigenen Immobilie](#)[Hitliste der Maklerpools: Fonds Finanz an der Spitze](#)[Schiffsbeteiligungen: Sanierung gelungen, Fonds tot](#)[Mifid II: Provisionen – eine schier unendliche Geschichte](#)

MEISTVERSCHICKT

[Zehn Tipps für die Patientenverfügung](#)[Beratungsprotokoll: Verjährung von Schadensersatzansprüchen](#)[Altersvorsorge mit der eigenen Immobilie](#)

Finanznachrichten auf Cash.Online > Meinung > Kolumnen > Weil Sie es sich wert sind: Der Preis steht!

Teilen bei:  | 

29. August 2016, 09:00

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

Weil Sie es sich wert sind: Der Preis steht!

Gehen Sie also entsprechend selbstbewusst mit Ihrem Angebot um. Nur wenn Sie davon überzeugt sind, dass es seinen Preis wert ist und das auch deutlich genug kommunizieren, wird Ihr Gegenüber sich ebenfalls davon überzeugen lassen. Niemand auf der Welt kann günstiger sein als Sie, wenn Ihr Gesprächspartner den gesamten Wert Ihrer Leistung erkennt.

Servieren Sie Ihrem Kunden ein Preis-Baguette

Natürlich sollten Sie nicht mit der Tür ins Haus fallen. Viel besser ist es, wenn Sie den Preis selbst geschickt in das [Gespräch](#) einfließen lassen. Stellen Sie sich bitte ein Sandwich vor. Sie wissen schon, so ein schönes, ordentliches Clubsandwich mit Remoulade, Salat, Tomate, Käse und Schinken. Ihr Preis ist der Schinken, der sich zwischen den ganzen Zutaten in der Mitte des Sandwiches befindet.

Alleine würde er vielleicht gar nicht so gut schmecken – bei einem Sandwich ist es ganz klar die Kombination, die den tollen Geschmack ausmacht. Und genau so servieren Sie Ihrem Gegenüber Ihr selbstgeschmiertes Leistungssandwich, garniert mit feinstem Preisschinken. Sie können sich das Ganze auch in der Abfolge eines guten Restaurantbesuchs vorstellen:

1. Starten Sie mit einem Aperitif für den Kunden: Zeigen Sie ihm klar den persönlichen Nutzen auf.
2. Um den Appetit Ihres Gegenübers weiter zu steigern, servieren Sie auch als Zwischengang einen weiteren Nutzen.
3. Beim Hauptgericht wird es ernst: hier benennen Sie die Investition.
4. Zum Dessert gibt es zur Abrundung nochmal einen dritten persönlichen Nutzen. Ein süßer Abschluss, der den deftigen Hauptgang gewissermaßen überlagert.

Bewahren Sie sich Ihre Selbstachtung

Sie haben alles gegeben, doch das Hauptgericht liegt Ihrem Gegenüber ziemlich schwer im Magen? Noch lange kein Grund, die Flinte ins Korn zu werfen. Für mich steht eins ganz klar fest: Jeder von uns zieht das an, was er auch ausstrahlt. Soll heißen: Mittelmäßige Verkäufer bekommen durchschnittliche Kunden und erzielen mittelmäßige Preise für durchwachsene Angebote. [Spitzenverkäufer](#) verhandeln mit Topkunden und erzielen Preise, die Champions zustehen, für Angebote, die ihren Preis wert sind.

Seite drei: [Nur nicht nachgeben](#)[Drucken](#)
[Weiterleiten](#)
[Kommentieren](#)

Teilen bei



Mehr zum Thema

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

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER

[Berater](#) | [Kolumnen](#)**Sicher zum Abschluss mit dem Flow-Prinzip**[Berater](#)**Limbisches Verkaufen: Lustgefühle wecken, Frustgefühle vermeiden**[Berater](#)**Angebot: Setzen Sie auf Kreativität statt 08/15**[Alle Themenseiten ...](#)

Anzeige



AKTUELLES AUS DEM RESSORT

[Berater](#) | [Kolumnen](#)**Weil Sie es sich wert sind: Der Preis steht!**[Berater](#)**„Persönliche Beratung kann durch Fintechs nicht ersetzt werden“**[Berater](#) | [Immobilien](#)**Interhyp: Immobilienkäufer nutzen Zinstief für schnellere Entschuldung**

MEISTGELESEN

["Versicherer werden ihre Vertriebe konsequent umbauen"](#)[Altersvorsorge mit der eigenen Immobilie](#)[Hitliste der Maklerpools: Fonds Finanz an der Spitze](#)[Schiffsbeteiligungen: Sanierung gelungen, Fonds tot](#)[Mifid II: Provisionen – eine schier unendliche](#)[Weiter lesen: 1 2 3](#)[Drucken](#) | [Kommentieren](#)

Finanznachrichten auf Cash.Online > Meinung > Kolumnen > Weil Sie es sich wert sind: Der Preis steht!

Teilen bei:  | 

29. August 2016, 09:00

Berater | Kolumnen

Weil Sie es sich wert sind: Der Preis steht!

Was ich Ihnen damit sagen möchte: Es kommt gar nicht so sehr auf die Zahl an, die Sie Ihrem potenziellen Kunden nennen. Entscheidend ist, dass Sie ihm klar machen, dass es sich dabei nicht bloß um seine Investition handelt, sondern auch um Ihr Engagement als Verkäufer. Klar ist es möglich, dass er seine Finanzierung bei einem Wettbewerber mit etwas geringeren Raten bekommt. Doch dort trifft er vielleicht auf einen völlig gelangweilten Verkäufer, der in Gedanken schon bei seiner Feierabendrunde auf dem Golfplatz ist.

Ihr Preis ist immer auch Ausdruck Ihrer Leidenschaft als Verkäufer und ein Versprechen an Ihren Kunden für die zukünftige Zusammenarbeit. Denn mit ebendiesem Herzblut werden Sie auch bei jedem weiteren Anliegen für ihn da sein. Lassen Sie sich also bitte nicht davon einschüchtern, wenn Ihr Gegenüber dennoch versucht, Hand an die Rate zu legen. Machen Sie sich klar, wo Ihre Schmerzgrenze ist – und halten Sie sich daran. Kein Kunde der Welt ist es wert, dass Sie sich so sehr drücken lassen, dass Sie Ihre Selbstachtung unter der Tür durchkehren können!

Nur nicht nachgeben

Lassen Sie sich von einem "Das ist mir zu teuer!" nicht aus der Bahn werfen: Finden Sie im Gespräch heraus, welche Motive und Wünsche den Kunden antreiben. Welchen Gegenwert erwartet er für den genannten Preis? Freuen Sie sich über den Einwand! "Zu teuer" bedeutet, dass Ihr Gesprächspartner grundsätzlich an Ihrem Angebot interessiert ist. Sie können für sich auch sagen, dass es ihm noch zu teuer ist. Jetzt liegt es an Ihnen, den Kunden mit Ihrer Einwandbehandlung vom individuellen Nutzen zu überzeugen.

Zeigen Sie Verständnis für die Haltung Ihres Kunden, bestätigen Sie jedoch keinesfalls eine konkrete Preisforderung. Lassen Sie sich nicht einschüchtern: Entscheidend ist, dass Sie auf den Einwand sofort kontern. Egal mit welchem Spruch – Hauptsache, er kommt wie aus der Pistole geschossen mit lauter, fester und deutlicher Stimme. So signalisieren Sie Ihrem Gegenüber, dass Sie hinter Ihrem Preis stehen und sich nicht so leicht die Butter vom Brot nehmen lassen.

Setzen Sie auf "Pencil-Selling": Lassen Sie Ihren Gesprächspartner selbst rechnen, welchen Nutzen er von Ihrem Angebot hat. Manche Kunden müssen ihre Vorteile erst schwarz auf weiß sehen, um überzeugt zu sein.

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

Weiter lesen: 1 2 3[Drucken](#) | [Kommentieren](#)[Drucken](#)
[Weiterleiten](#)
[Kommentieren](#)

Teilen bei

[Mehr zum Thema](#)[Coaching für Finanzberater](#)[Berater](#)[Kolumnen](#)[Startseite](#)[Kontakt](#)

MEHR ZUM THEMA COACHING FÜR FINANZBERATER



Berater | Kolumnen

Sicher zum Abschluss mit dem Flow-Prinzip

Berater

Limbisches Verkaufen: Lustgefühle wecken, Frustgefühle vermeiden

Berater

Angebot: Setzen Sie auf Kreativität statt 08/15[Alle Themenseiten ...](#)

Anzeige

AKTUELLES AUS DEM RESSORT



Berater | Kolumnen

Weil Sie es sich wert sind: Der Preis steht!

Berater

"Persönliche Beratung kann durch Fintechs nicht ersetzt werden"

Berater | Immobilien

Interhyp: Immobilienkäufer nutzen Zinstief für schnellere Entschuldung

MEISTGELESEN

["Versicherer werden ihre Vertriebe konsequent umbauen"](#)[Altersvorsorge mit der eigenen Immobilie](#)[Hitliste der Maklerpools: Fonds Finanz an der Spitze](#)[Schiffsbeteiligungen: Sanierung gelungen, Fonds tot](#)[Mifid II: Provisionen – eine schier unendliche Geschichte](#)

MEISTVERSCHICKT

[Zehn Tipps für die Patientenverfügung](#)[Beratungsprotokoll: Verjährung von Schadensersatzansprüchen](#)[Altersvorsorge mit der eigenen Immobilie](#)[Lage-Rating Berlin: Die besten Chancen](#)