

# Vertrieb

DAS EXPERTEN-TEAM:



BERATUNGSBRIEF

Alexander Christiani

Mercuri-Chef Holger Dannenberg

Prof. Dr. Peter Winkelmann

Michael Ehlers

Anne M. Schüller

Ulrich Dietze

Martin Limbeck

AUSGABE 5/2013 – MAI

www.Vertriebs-Experts.de

## Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe Mai 2013

### Holen Sie sich Ihre Vertriebsexperten ins Haus

Alexander Christiani, Mercuri-Chef Holger Dannenberg, Prof. Dr. Peter Winkelmann, Martin Limbeck, Michael Ehlers, Anne M. Schüller und Dirk Kreuter.

#### Der innovative Fachinformationsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen



Testen Sie jetzt im 2-Monats-Abo

# www.Vertriebs-Experts.de

## Preisverhandlungen:

# Immer als Sieger auf der Preisverhandlungstreppe

Wäre es nicht schön, ganz ruhig in Ihre anstehenden Preisverhandlungen zu gehen? Wäre es nicht beruhigend, zu wissen, dass Sie in jedem Fall als Sieger aus der Verhandlung herausgehen? Siegreiche Preisverhandlungen sind möglich! Egal, wie die wirtschaftliche Lage aussieht.

Von Lothar Lay

## Preisverhandeln ohne Krampf ist möglich

Es geht überall um einen entscheidenden Faktor. Den Faktor Preis. Quer durch alle Branchen und Geschäftszweige. Der Kampf um einzelne Projekte beim Kunden wird in Zukunft mit Sicherheit heftiger entbrennen denn je. Nur die Top-Elite der Preisverhandler wird sich langfristig erfolgreich zu behaupten wissen. Preisverhandlungsstrategien haben als Thema eine nie erlebte Brisanz. Der Verhandlungsexperte Lothar Lay kennt alle Stationen einer erfolgreichen Verhandlung aus seiner eigenen langjährigen Praxis und hat ein funktionierendes Instrument geschaffen, mit dem Verkäufer ihre Verhandlungsziele stets erreichen: Die 5stufige Preisverhandlungstreppe zum Erfolg. Voraussetzung: Alle Schritte akribisch einzuhalten und keine Stufe zu überspringen.

## Optimale Vorbereitung ist die halbe Verhandlung

In einem erfolgreichen Verhandlungsprozess gilt es – besonders für Verkäufer im B2B-Bereich – kein Detail dem Zufall zu überlassen. Vertriebsteams, die exzellent trainiert sind, werden immer lukrative Aufträge machen. Und zwar genau zu den Preisen, die sie sich als Ziel gesetzt haben. Preis-Kompromisse müssen nicht sein. Niemals. Wenn Verkäufer sich intensiv vorbereiten und Schritt für Schritt, Stufe für Stufe, das Richtige tun. Erfolgreiche und versierte Preisverhandler wissen: Die alles entscheidenden Phasen finden vor dem eigentlichen Preisgespräch statt. Hier entsteht das Fundament für unsere "Preisverhandlungstreppe". Die Zeit, die Sie hier investieren, kommt mehrfach zurück. Erfolgreiche Verkäufer vernachlässigen diese Phase niemals!

## Die 5 Stufen einer erfolgreichen Preisverhandlung

### 1. Stufe: Innere Einstellung und Stabilität des Verkäufers

Viele Verkäufer gehen mit der Einstellung „das einzige was meinen Kunden interessiert ist der Preis“ in die Verhandlungen. Mit diesem Blickwinkel haben sie oft Verständnis für die Forderungen ihrer Kunden und können diese nicht überzeugen, da sie selbst nicht von ihrem Angebot überzeugt sind. Hier ist es von ganz besonderer Bedeutung, dass Verkäufer wirklich alles versuchen, um ihre vorgegebenen Zielpreise durchzusetzen. Sie müssen sich richtig bewusst werden, was es ökonomisch langfristig an Nachteilen bedeutet, auch nur 1 % Nachlass zu gewähren. Denn nur dann wird ihnen richtig klar, was es für den langfristigen Unternehmenserfolg bedeutet, wenn sie in ihren Preisverhandlungen zu früh einbrechen.

### 2. Stufe: Professionelle Preisnennung

„Was kostet das?“ Diese „gefürchtete“ Frage lässt Verkäufer meist zusammensucken und kommt oft innerhalb von wenigen Sekunden, gleich zu Beginn der Verhandlung. Hier

ist es jetzt extrem wichtig, dass Verkäufer selbstbewusst und überzeugend ihr GESAMTES Angebot präsentieren. Ziel muss sein, nicht nur das Produkt und den Preis anzugeben, sondern das „Gesamtpaket“ aller Leistungen und Vorteile vorzustellen. Es geht nicht um „wir haben das bessere Produkt“, sondern „wir sind insgesamt der bessere Partner!“

### 3. Stufe: Angebots-Management

Ein Angebot ist ein schriftliches Verkaufsgespräch. Es sollte so kurz wie möglich und so lang wie nötig sein. Machen Sie niemals voreilige Angebote, sondern erst nach reiflicher Überlegung und Recherche. Prüfen Sie alle Potenziale – was benötigt der Kunde genau, was könnte er zusätzlich brauchen. Prüfen Sie den gesamten Entscheidungs-Prozess beim Kunden. Wer sind die endgültigen Entscheider? Gibt es ein Buying-Center? Was sind die endgültigen Entscheidungskriterien? Überlegen Sie sich im Vorfeld, welche Alternativen zu Ihnen der Kunde hat. Erarbeiten Sie genau heraus, welche Chance IHRE Lösung darstellt.

Fassen Sie Ihren Angeboten auf jeden Fall systematisch und professionell nach. Hier werden die meisten Fehler begangen. Ein Anruf, der mit den Worten „Ich wollte mal hören, ob mein Angebot bei Ihnen angekommen ist?“ beginnt, endet selten mit der positiven Vergabe des Auftrags.

### 4. Stufe: Preis-Erklärung

Nun ist der gefürchtete Satz „...zu teuer!“ gefallen. Hier stellt Sie sich nun die Frage: Was veranlasst den Kunden, den Preis drücken zu wollen? Das kann z. B. der Kostendruck sein, das Budget des Kunden, Konkurrenzangebote, reiner sportlicher Ehrgeiz oder sein notwendiger Erfolgsnachweis.

Eine Preis-Argumentation sollten Sie schon aus rein psychologischen Gründen zulassen. Geben Sie Ihrem Kunden sein Verhandlungs-Erfolgsresultat! Der Einkäufer muss nach dem Abschluss mit dem Gefühl aus der Verhandlung gehen, dass er den bestmöglichen Preis erhalten hat!

### 5. Stufe: Die finale Preis-Verhandlung

Finden Sie unbedingt heraus, wer auf Kundenseite bei dem Abschluss-Gespräch dabei ist (Funktion, Abteilung) und wie viel Zeit dafür vorgesehen wurde. Davon hängt es nämlich ab, wie Sie selber Ihre Argumentation und den Gesprächsverlauf vorbereiten.

Bereiten Sie sich detailliert auf alle möglichen Einwände und Fragen vor. Und das wichtigste: Definieren Sie Ihre genaue Position im Vorfeld. Stecken Sie einen ganz genauen Rahmen, wieweit Sie in dieser Verhandlung gehen können und wollen!

Und hier machen auch manchmal die erfahrensten Verkäufer, die die bisherigen Stufen der Preisverhandlungstreppe souverän erklommen haben, einen **Fortsetzung auf Seite 10**

**Fortsetzung von Seite 9**

schweren Fehler. Bevor Sie jetzt nämlich Ihren allerletzten Preis nennen, muss eindeutig klar sein, dass hier und heute in diesem Termin eine finale Kauf-Entscheidung Ihres Verhandlungspartners geplant ist. Nennen Sie niemals Ihren letzten Preis, wenn Sie diese Zusicherung nicht erhalten haben!

Die positive Beantwortung dieser Frage ist für Sie nun das Signal, dass der Kunde kaufen will! Endlich! Genau darauf haben Sie durch die vorigen 4 Stufen der Preisverhandlung hingearbeitet. Jetzt erst ist es an der Zeit, Ihren vorher genau kalkulierten, überlegten und festgesetzten „letzten“ Preis zu nennen. Und einer Unterschrift und einem erfolgreichen Vertragsabschluss steht nichts mehr im Wege. Sie stehen als Sieger ganz oben auf der Preisverhandlungstreppe!

Mehr Informationen zur 5stufigen Preisverhandlungstreppe gibt es in der App „Erfolgreich Preise verhandeln“ des Vertriebsexperten Lothar Lay.

<http://www.5-sterne-redner.de/shop/3675-5-sterne-app-erfolgreich-preise-verhandeln-von-lothar-lay>

**Zum Autor: Lothar Lay**

5 Sterne Trainer Lothar Lay ist der Mann, der zum Abschluss führt! Der Betriebswirt (VWA), ist Verkaufstrainer, Vertriebs- und Managementberater und systemischer Coach. Er gilt als Experte zum Thema Preisgespräche und Verhandlungsführung. Seine Expertise resultiert aus über zwanzig Jahren Tätigkeit im Verkauf bei nationalen und internationalen Konzernen im Bereich hochwertige Konsum-, Investitionsgüter und Dienstleistungen. Er verfügt über umfangreiches Fachwissen im direkten sowie indirekten Vertrieb und führte ein bekanntes Telekommunikations-Unternehmen mit an die Börse. Als ehemaliger Vertriebsleiter im B2B- und B2C-Bereich beherrscht er die Verhandlungsprinzipien auf den höchsten Entscheidungsebenen. Seit über zehn Jahren stellt Lothar Lay seinen Kunden nun seine Vertriebskompetenz als Berater, Trainer und Coach zu den Themen erfolgreiche Preisverhandlungen, Neukundengewinnung und Strategien zur Umsatzsteigerung zur Verfügung.

<http://www.5-sterne-trainer.de/trainer/lothar-lay>



## BUCHVORSTELLUNGEN

**LIMBISCH VERKAUFEN – LIMBISCH FÜHREN:****Gehirnforschung für den Verkauf nutzen**

Das Erfolgs-Buch Limbic® Sales ist nun in der zweiten Auflage erschienen. Die größte inhaltliche Veränderung besteht in einem vollkommen neuen Kapitel, in dem es um die limbische Ausrichtung der Vertriebsabteilung geht. Die limbische Gehirnforschung und die Tatsache, dass jeder Mensch ein bestimmtes Emotionssystem bevorzugt, werden auf die Mitarbeiterführung übertragen. An dem Beispiel „Change Management“ zeigt der Autor, wie es dem Vertriebsleiter gelingt, die Verkäufer in der Vertriebsabteilung mitarbeiterorientiert für die Veränderung zu begeistern. Außerdem beschreibt Helmut Seßler Strategien und Methoden, wie sich durch die Emotionalisierung der Mitarbeiterführung Kundenorientierung und Verkaufserfolge steigern lassen. Wer das Emotions- und Wahrnehmungssystem des Kunden – und des Mitarbeiters – einschätzen kann, schwingt sich mit ihm auf einer Wellenlänge ein und kann ihm den Nutzen seiner Produkte und Dienstleistungen „mundgerecht“ darbieten.

Der Autor argumentiert auf der Höhe der Hirnforschung. Seine Beispiele – wie sie das Verkäufer- und Kundenleben jeden Tag schreibt – belegen, was der Hirnscanner bildhaft darstellt: Der Mensch entscheidet nicht rational, sondern emotional.

Schritt für Schritt zeigt Seßler, wie Spitzenverkäufe durch die konsequente Emotionalisierung des Einkaufsprozesses möglich sind. Seine Übungen erleichtern den Transfer in die tägliche Verkaufsarbeit. Im Mittelpunkt: die verschiedenen Gesprächsphasen vom vertrauensvollen Beziehungsaufbau bis zum Abschluss.

Fazit: Limbic® Sales revolutioniert traditionelles Verkaufen, weil die Bedeutung der Emotionen für den Verkaufserfolg endlich Berücksichtigung finden.

**HELMUT SESSLER:****Limbic® Sales. Spitzenverkäufe durch Emotionen.**

Haufe-Lexware 2013, 208 Seiten, 29,95 Euro, ISBN 978-3-648-03778-2

**SELBSTCOACHING:****Sich selbst zum Regisseur seines Lebens entwickeln**

Vier Akte und 25 Szenen umfasst das Drehbuch des Business Coach Stefanie Demann, das den Leser dabei unterstützt, sich zum Regisseur seines Lebens zu entwickeln: Selbstcoaching ist vor allem lebenslanges Lebenscoaching.

Sich Klarheit verschaffen, entschlossen Entscheidungen treffen, allen Mut bei der Umsetzung zusammennehmen, motiviert loslegen – das sind die Inhalte der vier Selbstcoaching-Akte. Lobenswert dabei: Die Autorin zwingt den Leser nie in ein Korsett – es ist immer der Selbstcoacher, der seine Lebensentscheidungen trifft. Die 86 Tools verstehen sich als Angebot, als Hilfe zur Selbsthilfe. So ist der Ratgeber ein Arbeitsbuch, das die Mitarbeit des Lesers benötigt, um seine Wirkkraft zu entfalten.

Die Autorin zieht ein treffendes Fazit: „Auch wenn dieses Buch hier zu Ende geht, vergessen Sie nicht: Selbstcoaching begleitet Sie Ihr Leben lang (...) Das alles passiert nicht an einem Tag, nicht in einem Seminar und auch nicht nach der Lektüre“ dieses Buches – gefragt ist die Gestaltkraft des Lesers.

**STEFANIE DEMANN.****Selbstcoaching.**

Die 86 besten Tools. GABAL, Offenbach 2013. 216 Seiten 19,90 Euro, ISBN 978-3-86936-483-4