

„Das ist zu teuer!“

Wie würden Sie auf diesen Einwand reagieren?

Szenario:

Ein Verkäufer führt ein erstes Verkaufsgespräch mit einem Interessenten. Schon bald nach Beginn des Gesprächs bringt der Gesprächspartner einen Einwand und sagt:

Wahrscheinlich hat sich der Verkäufer ungeschickt verhalten und viel zu früh etwas angeboten (aber das wollen wir hier nicht untersuchen)

Auf den Einwand erwidert der Verkäufer: *„Kein Problem. Nur aus Neugierde“*

wie könnte dieser begonnene Satz weiter formuliert werden? Wählen Sie aus der nachfolgenden Liste eine Fortsetzung des angefangenen Satzes aus. Die ausgewählte Antwort sollte das Verkaufsgespräch positiv weiter voranbringen.

Vorsicht! Eine der acht Antworten wird es auf keinen Fall schaffen, den Verkaufsprozess weiter voranzubringen - sie wird die negative Situation noch weiter verschärfen. Wählen Sie die Antwort aus, die den Verkauf NICHT positiv beeinflusst, die der Verkäufer NICHT wählen sollte.



Welche Antwort wird den Verkauf NICHT voranbringen?

- ...wenn Sie sagen, es kostet zu viel, was meinen Sie damit?
- ...welche Erkenntnisse haben Sie aus der Vergangenheit mit Lösungen wie der unseren?
- ...woher wissen Sie, dass es zu viel kostet?
- ...wenn Sie sich heute entscheiden, könnte ich Ihnen einen interessanten Rabatt gewähren.
- ...welche Ihrer bisherigen Erfahrungen haben mit Unternehmen wie dem unseren zu tun?
- ...welche Überlegungen haben Sie, um zu einer kostengünstigeren Lösung zu kommen?
- ...haben Sie auch an die Kosten gedacht, die entstehen könnten, wenn Sie auf dieses Angebot verzichten?
- ...wo könnten wir uns aus Ihrer Sicht preislich treffen?

In Klammern %-Satz der Antworten, die von Verkäufern bisher gewählt wurden: (lassen Sie sich bei Ihrer Wahl davon nicht beeinflussen!)

...wenn Sie sagen, es kostet zu viel, was meinen Sie damit? (12%)

...welche Erkenntnisse haben Sie aus der Vergangenheit mit Lösungen wie der unseren? (3%)

...woher wissen Sie, dass es zu viel kostet? (30%)

... wenn Sie sich heute entscheiden, könnte ich Ihnen einen interessanten Rabatt gewähren. (24%)

...welche Ihrer bisherigen Erfahrungen haben mit Unternehmen wie dem unseren zu tun? (3%)

...welche Überlegungen haben Sie, um zu einer kostengünstigeren Lösung zu kommen? (5%)

...haben Sie auch an die Kosten gedacht, die entstehen könnten, wenn Sie auf dieses Angebot verzichten? (18%)

...wo könnten wir uns aus Ihrer Sicht preislich treffen? (5%)

Die Antwort, die den Verkauf **NICHT** vorantreiben wird, lautet: „...wenn Sie sich heute entscheiden, könnte ich Ihnen einen interessanten Rabatt gewähren.“

Alle anderen Antworten sind denkbare Möglichkeiten, den Dialog zur Einwandbehandlung zu beginnen, um zu erfahren, was im Kopf des Interessenten tatsächlich vor sich geht. Am Ende dieses Gesprächs wissen Sie mehr über die Gedankenwelt des Interessenten und können so den Verkauf vorantreiben.

Im Gegensatz dazu sagt das Anbieten von Rabatten schon beim ersten Einwand dem Interessenten, dass Sie entweder einen deutlich zu hohen Preis angeboten haben (wenn Sie bereits ein Preisangebot abgegeben haben) oder dass Sie planen, ein überhöhtes Angebot zu machen (wenn Sie kein Angebot abgegeben haben). In jedem Fall wird der Interessent den Verdacht haben, dass man Ihnen nicht trauen kann, was es schwierig oder unmöglich macht, den Verkauf voranzutreiben.

Autor:

Hans-Jürgen Reichel

Februar 2021

Nutzen Sie unser Fitnessprogramm für Verkäufer, damit Sie von Anfang an auf der richtigen Spur fahren. Welche Fertigkeiten brauchen Sie, um in Ihrer Verkaufsaufgabe auch bei Preis-einwänden oder in anderen schwierigen Situationen erfolgreich zu sein, Ihre Kunden und deren Bedürfnisse zu verstehen, die Gesprächsführung professionell zu gestalten und zu wissen, wie Sie auf geradem Weg zum Verkaufsabschluss gelangen?

Mehr Interesse?

Fordern Sie Detail-Informationen zu den Trainingsprogrammen

- **TopFit am Start - Verkaufstraining für Einsteiger**
 - **Die "hohe Kunst" des Verkaufs**
- an – verfügbar in unterschiedlichen Trainingsformaten.



Auf unserer Website finden Sie Beiträge, die kontrovers diskutiert werden können, weil sie kritisch sind und weil sie manchmal außerhalb der Komfortzone liegen.

Machen Sie mit Ihrem Blogbeitrag die Whitepaper lebendig! Wir freuen uns auf einen regen Gedankenaustausch mit Ihnen.