



Heiko T. Ciesinski

Der Experte gegen Rabatte



Die **5** teuersten Fehler
in der Preisverhandlung

Die 5 teuersten Fehler in der Preisverhandlung

Dein Kunde hat Dich angerufen, ihr habt die ersten Gespräche geführt, damit Du ein Gefühl dafür bekommst, was Dein Kunde genau möchte. Dein Kunde hat Dir für das Angebot den Hinweis mitgegeben, dass er noch 2 weitere Vergleichsangebote einholen wird und sich natürlich für das günstigste Angebot entscheiden wird. „Schon wieder jemand, der nur auf den Preis schaut“, denkst Du. Anschließend hast Du das Angebot für Deinen Kunden erstellt, bist mit ihm bei der Angebotspräsentation alle Punkte des Angebotes ausführlich durchgegangen und hast am Ende ein ganz gutes Gefühl, dass es mit dem Abschluss klappen wird. Und dann ...

... kommt die Preisverhandlung und die von Dir irgendwie schon befürchtete Aussage vom Kunden „Sie sind zu teuer. Geht am Preis noch was?“ Und jetzt machen viele Verkäufer bei der Antwort darauf Fehler, die richtig viel Geld kosten - Tausende von Euro.

Wie ist das bei Dir?

1

Die falschen Gedanken und Glaubenssätze

Glaubst Du, dass man im Verkauf Rabatt oder Skonto geben muss, wenn der Kunde danach fragt und darauf besteht? Gehst Du vielleicht sogar schon mit dem Gedanken, mit dem Glauben oder gar mit der Überzeugung ins Gespräch, dass Du einen Rabatt geben muss, wenn der Kunde nur intensiv genug danach fragt? Warum sollte es dann anders kommen?

Henry Ford hat mal gesagt: „Ob Du glaubst, Du schaffst es oder Du schaffst es nicht, Du wirst auf jeden Fall Recht behalten.“ Wenn Du als Sportler mit der Einstellung in den Wettkampf gehst „Heute werde ich verlieren“, warum solltest Du dann gewinnen? Deine Gedanken werden sich auf Dein Handeln und Deine Leistung auswirken – allerdings nicht zum Positiven. Das heißt, Deine Gedanken beeinflussen maßgeblich Deine Leistung und Deinen Erfolg. Negative Gedanken führen mit hoher Wahrscheinlichkeit zum negativen Ergebnis, positive Gedanken führen mit größerer Wahrscheinlichkeit zum Erfolg.

Im Verkauf ist das nicht anders. Wenn Du mit der Erwartung in ein Verkaufsgespräch gehst, dass Du einen Rabatt oder Skonto geben musst, dann wird es auch so kommen. Du wirst Dich nämlich anders im Verkaufsgespräch verhalten, als wenn Du die Überzeugung hast, keinen Rabatt geben zu müssen. Die richtigen Gedanken sind für eine erfolgreiche Preisverhandlung wichtiger als viele meinen.

Die 5 teuersten Fehler in der Preisverhandlung

Statt Gedanken sagt man auch Glaubenssätze oder Mindset. Du kannst auch von Deiner Einstellung zu Rabatten sprechen.

Egal, wie Du es nennst: Deine Gedanken, Deine Glaubenssätze sind die Grundlage für den Erfolg in der Preisverhandlung. Sie sind mindestens genauso wichtig wie die richtige Gesprächs- und Verhandlungsstrategie. Die perfekte Gesprächs- und Verhandlungsstrategie wird Dir nicht helfen, wenn Du die falschen Glaubenssätze hast. Dein Kunde wird merken, ob Du hinter dem Gesagten stehst oder nur etwas auswendig gelernt hast.

2 Verkäufer deuten die Rabattfrage des Kunden falsch

Wie oft gibst Du einen Rabatt? In 20 % der Fälle oder in jedem 2. Fall oder vielleicht sogar in 80% der Fälle? Na klar, das hängt auch ein bisschen von der Branche ab. Und vom Geschick des Verkäufers. Manchmal höre ich auch: „Naja, wenn ich Skonto dazurechne, dann eigentlich immer.“ Aber warum geben die meisten Verkäufer eigentlich Rabatt oder Skonto? Weil sie glauben, dass man ohne Rabatt nun mal nicht verkaufen kann? Das haben wir oben schon geklärt. Oder weil es am einfachsten ist? Das ist mit Sicherheit auch oft genug ein Grund. Ich möchte Dir gerne beweisen, dass der Rabatt in den meisten Fällen gar nicht notwendig ist.

Darf ich Dich in eine kleine Geschichte mitnehmen? Stell Dir vor, Du möchtest Dir Dein Traumauto kaufen. Ein Auto, was Du schon immer haben wolltest. Was ist das für ein Auto – welche Marke, welches Modell, welche Farbe? Hast Du ein konkretes Bild dazu? Und was kostet dieses Fahrzeug, was ist ein üblicher Marktpreis?

Die 5 teuersten Fehler in der Preisverhandlung

Stell Dir weiter vor, Du hast dieses Geld vorab gespart, weil Du Deine Autos immer bar bezahlst. Nehmen wir an, Dein Traumauto ist 2 Jahre alt und kostet 20.000 Euro. Nun begibst Du Dich auf die Suche in den gängigen Portalen und findest Dein Traumauto. Das Fahrzeug ist genauso ausgestattet wie Du es Dir immer gewünscht hast. Allerdings liegt der Marktpreis nicht bei 20.000 Euro, sondern nur bei 17.000 Euro. 3.000 Euro, also 15 %, unter dem Marktpreis – das ist ein unschlagbar günstiger Preis.

Wo ist da wohl der Haken? Ein bisschen skeptisch, ob das Fahrzeug überhaupt noch da ist, rufst Du beim Händler an. Dieser versichert Dir, dass das Fahrzeug top in Schuss ist – und auch noch verfügbar ist. Du setzt Dich ins Auto und fährst zum Händler. Als Du auf den Hof des Autohauses fährst, siehst Du Dein Traumauto und steuerst direkt drauf zu. Du schaust es Dir an, drehst eine Runde ums Auto, wirfst einen Blick auf Lackschäden oder ähnliches – aber Du findest nichts. Das Fahrzeug ist optisch wirklich gut in Schuss – naja, es ist ja auch erst 2 Jahre alt.

In dem Moment kommt der Verkäufer auf Dich zu und fragt, ob Du eine Probefahrt machen möchtest. Na klar willst Du – ist ja schließlich Dein Traumauto. Du setzt Dich rein und fühlst Dich direkt sauwohl – so wie in Deinem Lieblings-Fernsehsessel oder Deinem bequemen Bürostuhl. Du legst den 1. Gang ein und fährst los. WOW – welch ein Gefühl! Da hast Du so lange von geträumt. Und nun könnte der Traum wahr werden – nicht nur für eine kurze Probefahrt. Das Fahrverhalten, die Beschleunigung, die Kurvenlage – alles TOP. Nicht ohne Grund ist es Dein Traumauto. Und dann noch der Preis. 3.000 Euro, also satte 15 %, unter dem Marktpreis. Wenn Du jetzt nicht zuschlägst, wirst Du Dich später immer wieder ärgern. Denn: So günstig kommst Du nie wieder an Dein Traumauto. Ums kurz zu machen: Du hast Dich entschieden, Du willst das Auto kaufen.

Und jetzt meine Frage an Dich.

Die 5 teuersten Fehler in der Preisverhandlung

Schreib die Antwort bitte direkt auf ein weißes Blatt Papier.

Was sagst Du dem Verkäufer?

Sagst Du so etwas wie: „Das ist ja wirklich ein tolles Fahrzeug. Und so günstig. Die meisten anderen vergleichbaren Fahrzeuge sind viel teurer. Ich nehme das Fahrzeug.“ Vermutlich nicht.

Wahrscheinlich fragst Du den Verkäufer auch, ob am Preis noch was geht!? So wie über 90 % meiner Trainingsteilnehmer noch mal nach einem Nachlass fragen. Und warum? Weil Du sonst Gefahr läufst zu viel zu zahlen. Und wenn nur 100 Euro drin sind, da kannst Du mit Deinem Schatzi nach der 1. Fahrt mit Deinem neuen Traumauto anschließend noch schick essen gehen. Oder vielleicht sind es auch „nur“ die Fußmatten, die es noch dazu gibt. Ein bisschen Spielraum ist doch meist immer drin ...

Und nun stell Dir eine ähnliche Situation vor, nur mit dem Unterschied, dass Dir das Fahrzeug überhaupt nicht gefällt. Das Fahrzeug hat Lackschäden und während der Probefahrt bestätigt sich der schlechte Eindruck, sodass Du das Fahrzeug noch nichtmals geschenkt nehmen würdest. Was sagst Du jetzt dem Verkäufer, wenn Du ausgestiegen bist? „Kaufen möchte ich das Fahrzeug nicht, aber was wäre denn am Preis noch möglich?“ Wahrscheinlich nicht. Das macht doch keinen Sinn, wenn Du nicht kaufen willst. Vermutlich wirst Du Dich freundlich für die Zeit bedanken und Dich verabschieden. Stimmt's?

Was lernen wir nun aus dieser Geschichte?

**Interessenten, die nicht kaufen wollen, verhandeln nicht.
Interessenten, die verhandeln, wollen kaufen – zumindest können Sie sich den Kauf bei Dir vorstellen.**

Die 5 teuersten Fehler in der Preisverhandlung

Denn: Wenn Sie es sich nicht vorstellen könnten und nicht kaufen wollten, dann würden sie nicht um den Preis verhandeln. Klingt logisch, na klar! War Dir dies aber wirklich in jeder Preisverhandlung bewusst? Wenn künftig Interessenten nach einem Preisnachlass fragen, dann freu Dich! Denn: **Die Frage nach Rabatt oder Skonto ist ein deutliches Kaufsignal.**

3 Verkäufer sind gutgläubig

Und nun stell Dir vor, der Verkäufer ist nicht bereit Dir entgegenzukommen. Du möchtest das Fahrzeug aber unbedingt haben, denn so günstig wirst Du nie wieder darankommen. Und es ist ja schließlich Dein Traumauto.

Wäre es denkbar, dass Du eine kleine Geschichte erfindest, die plausibel ist und den Verkäufer ein wenig unter Druck setzen soll? Vielleicht so: „Das Fahrzeug gefällt mir schon ganz gut. Ich habe das gleiche Fahrzeug bei einem anderen Händler gesehen. Da hat es auch viel weniger Kilometer auf dem Tacho und ist noch etwas günstiger. Aber bei Ihrem Fahrzeug gefällt mir die Farbe viel besser. Aber nicht zu diesem Preis. Wenn Sie mir preislich noch etwas entgegenkommen, dann nehme ich den Wagen direkt mit.“ Wäre es denkbar, dass Du Dir diese Geschichte überlegst, um ein bisschen Druck auf den Verkäufer auszuüben? Die meisten tun es!

Wie nennt man dieses Vorgehen? Wie nennt man es, wenn der Kunde eine Geschichte erfindet, die nicht ganz der Wahrheit entspricht?

Die 5 teuersten Fehler in der Preisverhandlung

Im Verkauf nennt man es bluffen oder pokern. Wenn man es genau betrachtet, dann lügt der Kunde. Dies klingt natürlich sehr hart und deshalb nennen die meisten es bluffen. Es ändert aber nichts: Wer die Unwahrheit sagt, lügt!

Was machen nun die meisten Verkäufer?

Die meisten Verkäufer wollen verkaufen, haben aber Angst, dass der Kunde abspringt und zum Wettbewerb geht. In der Angst, den Auftrag zu verlieren, geben die meisten Verkäufer einen Nachlass. Egal, ob Skonto oder Rabatt – in den meisten Fällen ist dies völlig unnötig.

Der große Fehler ist, dem Kunden zu glauben. Es kann sein, dass der Wettbewerber günstiger ist, muss es aber nicht. Mal angenommen, der Wettbewerber wäre tatsächlich günstiger, warum verhandelt der Kunde denn dann mit Dir? Offensichtlich gibt es doch ein paar Gründe, warum der Kunde bei Dir kaufen möchte. Vielleicht hat der Kunde sich sogar schon für Dich entschieden und will und wird bei Dir kaufen. Vielleicht möchte der Kunde nun nur noch den Preis ein wenig drücken. Dies ist völlig legitim. Die Frage ist nur, ob Du mitspielst.

Mal angenommen, Du wüsstest ganz sicher, dass der Kunde auch ohne Rabatt oder Skonto bei Dir kauft, würdest Du dann einen Nachlass geben? Wahrscheinlich nicht, stimmt's? Dann kann es doch jetzt eigentlich nur noch darum gehen herauszufinden, ob der Rabatt wirklich notwendig ist, um den Auftrag zu bekommen oder ob der Kunde auch ohne den Rabatt kaufen würde, richtig? Dies ist die wichtigste Frage in der Preisverhandlung, die Du immer klären solltest, bevor Du auch nur ansatzweise über Rabatt oder Skonto nachdenkst. So wirst Du Tausende von Euro sparen. Versprochen!

4

Du weißt nicht, was Rabatt und Skonto wirklich kosten

In meinen Seminaren höre ich immer wieder „Wir geben keinen Rabatt. Wir geben nur 2 % Skonto.“ Aha. Fehlt dieses Geld denn nicht auch am Monatsende auf dem Konto? Skonto ist der Preis dafür, dass der Kunde schnell zahlt. Aber macht das Sinn? Vor allem in Zeiten, wo Du sowieso keine Zinsen auf Deinem Konto bekommst. Na klar, Du hast das Geld und musst ihm nicht mehr hinterlaufen, das stimmt wohl. Dieses Risiko solltest Du minimieren, indem Du mit An- und Teilzahlungen arbeitest – aber nicht mit Skonto.

Mir geht es hier viel mehr um die Auswirkungen von 2 % - egal, ob Skonto oder Rabatt. Und deshalb zurück zu den „nur 2 %“. Hast Du mal ausgerechnet, was 2 % Nachlass für Deine Gewinnmarge bedeuten? Die wenigsten tun das. Um die Rechnung einfach und gut nachvollziehbar zu halten, gehen wir mal von einer Angebotssumme von 10.000 Euro aus. Bei größeren Summen häng einfach noch die eine oder andere Null daran oder multipliziere den Betrag.

Wir nehmen mal an, in diese 10.000 Euro hast Du 10 % Gewinnmarge einkalkuliert, also 1.000 Euro. Wenn Du nun 2 % Nachlass auf 10.000 Euro gibst, dann zahlt der Kunde 200 Euro weniger. Hört sich nicht viel an. Diese 200 Euro gehen direkt von Deiner Gewinnmarge von 1.000 Euro ab. Dies sind aber 20 %.

Und das ist eine ganze Menge! Das bedeutet auf 1 Jahr und auf einen angenommenen Gesamtumsatz von 1 Million Euro hochgerechnet, dass Du statt 100.000 Euro Gewinn nur 80.000 Euro Gewinn machst – 20 % weniger eben. Und 20.000 sind schon mal eine Hausnummer.

Die 5 teuersten Fehler in der Preisverhandlung

Davon könnte man 3 Mini-Jobber oder die Leasingrate eines schicken Autos bezahlen. Du könntest damit auch Deine Altersversorgung sichern und in eine Immobilie investieren.

Und jetzt nehmen wir mal an, es sind nicht nur 2 % Skonto, sondern 4 % Rabatt. 2 oder 4 – der Unterschied hört sich nicht so dramatisch an, es sind ja kleine Zahlen. Da 4 doppelt so viel ist wie 2, fehlt Dir am Ende des Jahres auch die doppelte Summe in der Gewinnbilanz. Das heißt, es fehlen 40.000 statt 20.000 Euro. Und Dein Gewinn schmilzt auf 60.000 statt der geplanten 100.000 Euro. Und solltest Du Dich hinreißen lassen und einen Rabatt von 10 % geben, weil der Kunde mit der Auftragsvergabe an den Wettbewerber droht, dann bringst Du Dich um die verdienten Früchte Deiner Arbeit. 10 % Rabatt auf 1 Million Euro bedeuten 100.000 Euro Nachlass und damit 0 Euro Gewinn. Ich weiß aus meiner täglichen Arbeit, dass vielen diese Auswirkungen nicht bewusst sind.

Die Gefahr sind oft die kleinen Zahlen. 100 Euro Nachlass zu geben, ist ja nicht viel. 100 Geschäfte mit jeweils 100 Euro Nachlass sind am Ende auch 10.000 Euro. Kleinvieh macht eben auch eine ganze Menge Mist beziehungsweise Geld.

Oft kommt auch die Aussage „Wir haben den Rabatt ja eh vorher aufgeschlagen.“ Okay, dann wird es sich am Ende betriebswirtschaftlich immer noch rechnen. Stell Dir jetzt mal vor, Du würdest den Rabatt aufschlagen, ihn aber am Ende künftig gar nicht mehr geben. Dann hast Du doppelt gewonnen. Das bedeutet bei 10 % Aufschlag, den Du bisher als Rabatt wieder abgezogen hast, um dann am Ende auf Deine Gewinnmarge von 1.000 Euro zu kommen, dass Du Deinen Gewinn ohne Rabatt verdoppelt hast. Interessant, oder? Klingt unglaublich, ich weiß. Ich weiß aber auch, dass es mit der richtigen Gesprächsstrategie relativ einfach ist. Lies weiter.

5

Die falschen Antworten auf die Rabattfrage

Und nun kommt in der Preisverhandlung die wenig überraschende Frage Deines Kunden nach einem Preisnachlass. Das klingt dann in etwa so „Das ist ein tolles Angebot, aber der Wettbewerber ist günstiger. Können Sie am Preis noch was machen?“ Und jetzt kommt es entscheidend auf Deine Antwort an.

Nein, eigentlich geht nichts mehr.

Und uneigentlich? Wenn Du sagst, dass „eigentlich“ nichts mehr geht, bedeutet das, dass heute ausnahmsweise doch was geht. Und Du hast mit diesem vermeintlich harmlosen Satz gerade eben dem Kunden einen Rabatt in Aussicht gestellt. Ab jetzt geht es nur noch um die Höhe des Rabatts – nicht mehr um das Ob.

Was haben Sie sich denn vorgestellt?

Diese Antwort lädt den künftigen Kunden ja förmlich zur Rabattverhandlung ein. Der Kunde wird eine Zahl nennen, die er sich vorstellt. Auch wenn er weiß, dass er diesen Rabatt in der Höhe wahrscheinlich nicht bekommt, so weiß er, dass er zumindest irgendetwas bekommt. Ein Nachlass, in welcher Höhe auch immer, ist dem Kunden ziemlich sicher.

Wo müssten wir denn hin?

Diese Antwort ist von der Botschaft die gleiche wie „Was haben Sie sich denn vorgestellt?“.

Die 5 teuersten Fehler in der Preisverhandlung

Auch hier wird der Kunde aufgefordert, seine Vorstellung zu nennen und es geht danach nur noch darum, den Kunden herunterzuhandeln und zu feilschen wie auf dem Basar - statt den Nachlass abzuwehren.

Da müsste ich noch mal nachkalkulieren.

Wenn Du die Kalkulation selbst gemacht hast, dann weißt Du auch, ob und wenn ja wieviel noch geht. Und wenn Du die Kalkulation nicht selbstgemacht hast, dann solltest Du es auch wissen. Wenn Du also nachkalkulieren willst, signalisierst Du Deinem Gegenüber damit, dass beim Nachkalkulieren am Ende auch irgendetwas für ihn herausspringt. Es muss natürlich nicht so sein, aber Du weckst die Erwartungshaltung. Und das ist nicht gut und noch dazu völlig unnötig. Mit dieser Erwartungshaltung wird Dein Kunde ins nächste Gespräch gehen. Das macht es nicht einfacher, den Rabatt abzuwehren.

Ohne meinen Chef kann ich da nichts mehr machen.

Und auch hier signalisierst Du, dass etwas geht. Nicht ohne Deinen Chef, aber mit ihm wahrscheinlich schon. Und außerdem gibst Du gerade preis, dass Du nur eingeschränkte Kompetenzen haben. Nicht wirklich gut für eine Preisverhandlung auf Augenhöhe. Die Antwort auf diese Aussage von Deinem Gegenüber wird sein: „Dann fragen Sie Ihren Chef.“

Mit allen Antworten hast Du Dich in eine ungünstige Lage gebracht. Bei den letzten beiden Antworten hast Du natürlich noch die Möglichkeit um den Rabatt herumzukommen – zumindest theoretisch. In der Praxis wird das nicht gelingen, vor allem wenn Du es mit professionellen Einkäufern zu tun hast.

Die 5 teuersten Fehler in der Preisverhandlung

Dann solltest Du mit anderen Antworten kommen, da solltest Du auf Augenhöhe argumentieren.

Gerade professionelle Einkäufer sind gut geschult in Preisverhandlungen. Und warum? Weil das ihre Aufgabe ist – einkaufen zu günstigsten Konditionen. Wenn Du aber weißt, wie und warum Einkäufer sich so verhalten wie sie sich verhalten und wenn Du weißt, was die eigentlichen Motive von Einkäufern sind, dann ist es relativ leicht, auf die Aussage „Sie sind zu teuer. Geht am Preis noch was?“ professionell zu reagieren. Und vor allem erfolgreich zu reagieren. Und mit Privatkunden ist die Preisverhandlung dann sowieso ein Kinderspiel.

Auf die Frage, ob Du noch was am Preis machen kannst, hast Du 2 Antwortmöglichkeiten: Du kannst diese geschlossene Frage mit ‚ja‘ oder ‚nein‘ beantworten. Welche Antwort ist die für Dich günstigere? Natürlich die Antwort ‚nein‘, denn das bedeutet, dass es keinen Nachlass gibt. Mich überrascht es immer wieder, dass viele Verkäufer ‚ja‘ sagen und damit einen Nachlass in Aussicht stellen, obwohl sie es ja eigentlich gar nicht möchten. Also sage künftig ‚nein‘, wenn Dein Kunde demnächst wieder mal nach Rabatt oder Skonto fragt. Kombiniere das freundliche ‚Nein‘ mit einer kurzen Begründung, warum Du am Preis nichts mehr machen kannst.

Bewährt hat sich ein Argument, welches im Kunden begründet ist. ‚Nein, am Preis kann ich nichts mehr machen. Sie haben schon den günstigsten Preis bekommen, weil ich Sie als Neukunde gewinnen wollte.“ Das klingt logisch und damit überzeugend. Probiere es aus. Noch besser, wenn der Kunde Dir vorab gesagt hat, dass Du ihm einen guten Preis machen sollst, weil er Vergleichsangebote einholen wird. Dann kannst Du ihm sagen, dass Du am Preis nichts machen kannst, weil er schon das beste Angebot bekommen hat, weil er Dich ja darauf hingewiesen hat, einen guten Preis zu machen. Zack, das sitzt.

Damit wehrst Du den Rabatt mit den Argumenten des Kunden ab.

Die 5 teuersten Fehler in der Preisverhandlung

Du wirst feststellen, wie einfach es ist, künftig Nachlässe abzuwehren – wenn Du selbst davon überzeugt bist. Du wirst Tausende von Euro sparen. Und dies oft genug in nur einem einzigen Verkaufsgespräch. So geht es zumindest vielen meiner Kunden. Verkaufen funktioniert auch ohne Rabatt oder Skonto. Du musst nur selbst daran glauben und es selbstbewusst und überzeugend anwenden.

Viel Erfolg beim Einsetzen und Umsetzen der Strategie!

Gute Geschäfte ohne Rabatte
wünscht Dir



Heiko T. Ciesinski – Der Experte gegen Rabatte

Hansestr. 38

45721 Haltern am See

Tel. +49 2364 - 50 72 74

heiko@heiko-t-ciesinski.de

<https://verkaufen-ohne-rabatte.de/>