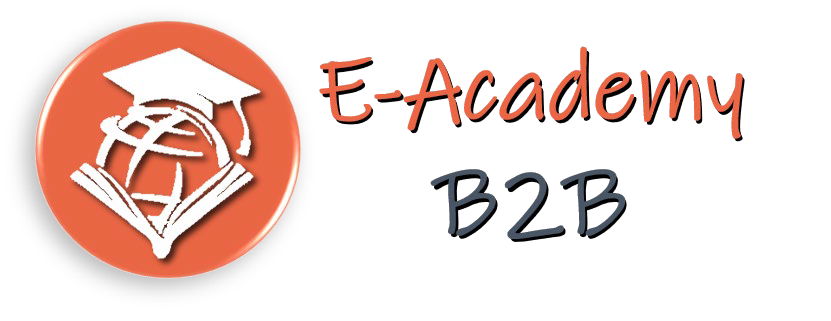
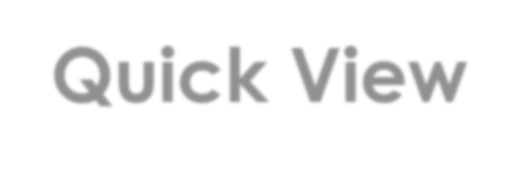
[](https://e-academy-b2b.de/)



KONE

Zentraler Vertrieb Hannover

Preisanpassungen 2022/23 Unterstützung der professionellen Kundenkommunikation am Telefon

**Quick View**

Name:

# I. Vorbemerkungen

## Voraussetzungen für eine gelungene (Preis-) Verhandlung:

* Planvolles Vorgehen **≠** spontan und „irgendwie“
* Gute (persönliche) Vorbereitung
* Mehrere (Verhandlungs-) Optionen haben
* Kommunikatives und rhetorisches Geschick im Kundengespräch

### *Ein guter Verhandlungsplan ist in mindestens 80% der Fälle im* Bereich B2B erfolgreich.

**“**

*Grund hierfür sind auch sog. (unbewusste) Verhaltensmuster.*

*Es gilt das Motto:*

***„Hart in der Sache – herzlich zum Menschen!“***



# III. Psychologie der Verhandlung

## Die „Verhandlungsarena“:





Eindruck/Empfinden: Achtung!

Wie wird die Arena „abgesteckt“? Wer eröffnet die Verhandlung?

# IV. Der Verhandlungslan 2022 (1)

### *Übergeordnetes Ziel: Kunde bleibt Kunde*

Maximal-Ziel

Minimal-Ziel(e)

#1

*oder*

#2

Alternativ-Ziel(e)

#1

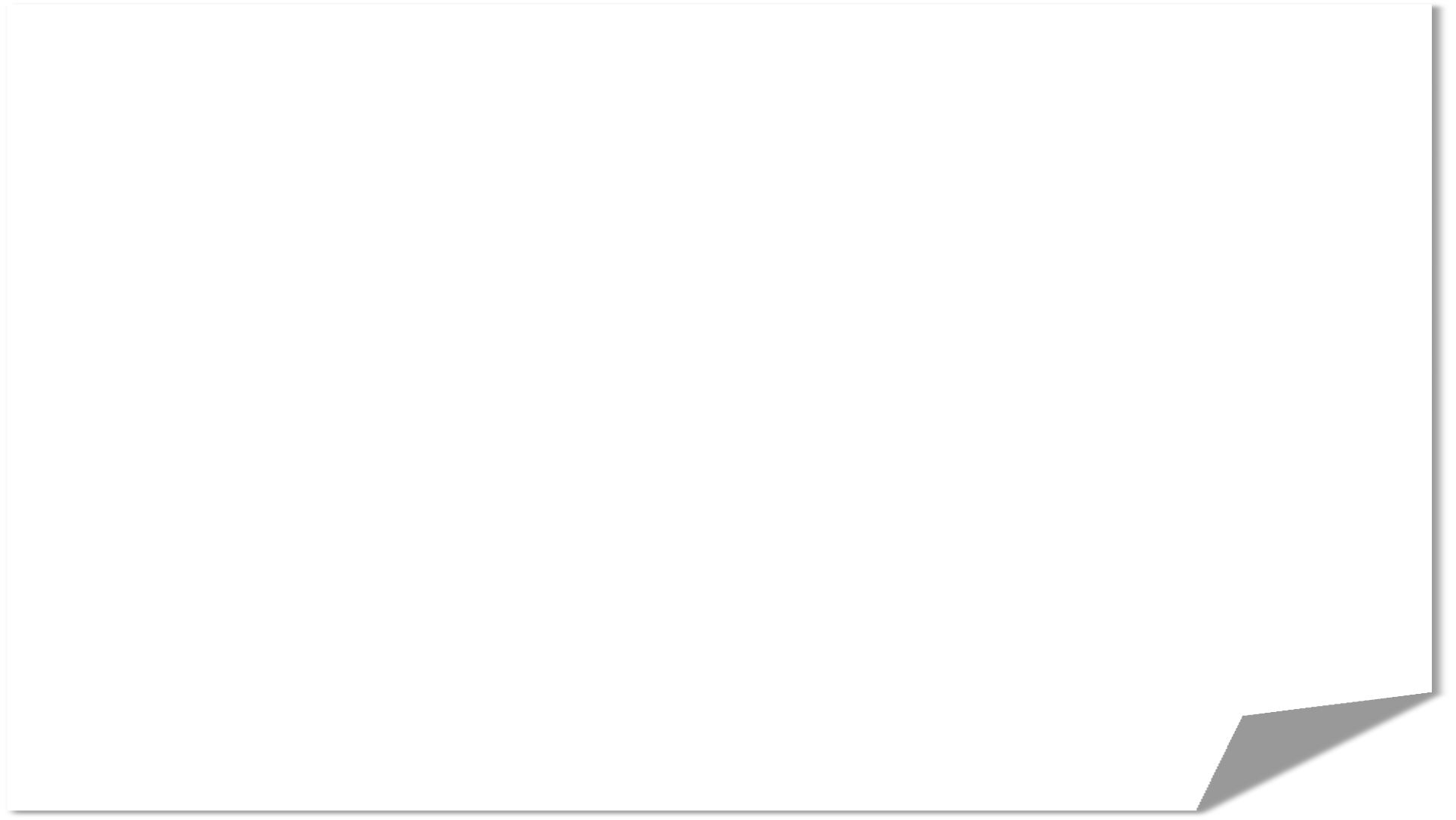
#2

Anm.:

Wenn der Kunde partout nicht dazu bereit ist und er auf eine Kündigung pocht – bitte Ausstieg aus Gespräch zur Preisanpassung mit Hinweis schriftliche Kündigung.

# Der Verhandlungslan 2022 (2)

#### Ausreden lassen -> Ernst nehmen und/oder Verständnis formulieren



z.B.:

*„Herr/Frau…Genau richtig, dass Sie sich deswegen melden“ (inbound)*

*„ Danke für Ihre Email … Ich verstehe gut, dass Sie hierzu Fragen haben/Ich kann Ihre Überlegungen vollkommen nachvollziehen…“ (outbound)*

#### Verhandlungstaktik 1: „Ignorieren“ – Ansteuerung Maximal-Ziel (!)

-> 1. Kurzerklärung zur aktuellen Preisanpassung

Achtung: Hier noch keine Verhandlungsbereitschaft signalisieren bzw. formulieren!

#### (ggf.) Eröffnung Verhandlung

z.B. durch Kundenfrage. *„Was können Sie mir anbieten?“* o.ä.

#### Kundendaten erfragen

**Verhandlungstaktik 2: „Verzögern“, „sich zieren“**

-> 2. Kurzerklärung zur aktuellen Preisanpassung

#### Angebot 1 – Ansteuerung Minimal-Ziel 1 oder 2

-> Nutzen-Formulierung **+** Ankerfrage (!)

#### Angebot 2 – Ansteuerung Alternativ-Ziel 1 bzw. 2

-> Nutzen-Formulierung **+** Ankerfrage (!)

# Exkurs: Vorteil-Nutzen-Argumentation

**!**

**Information + Motivation = Überzeugungskraft**



**+**

**Ankerfrage**

z.B.:

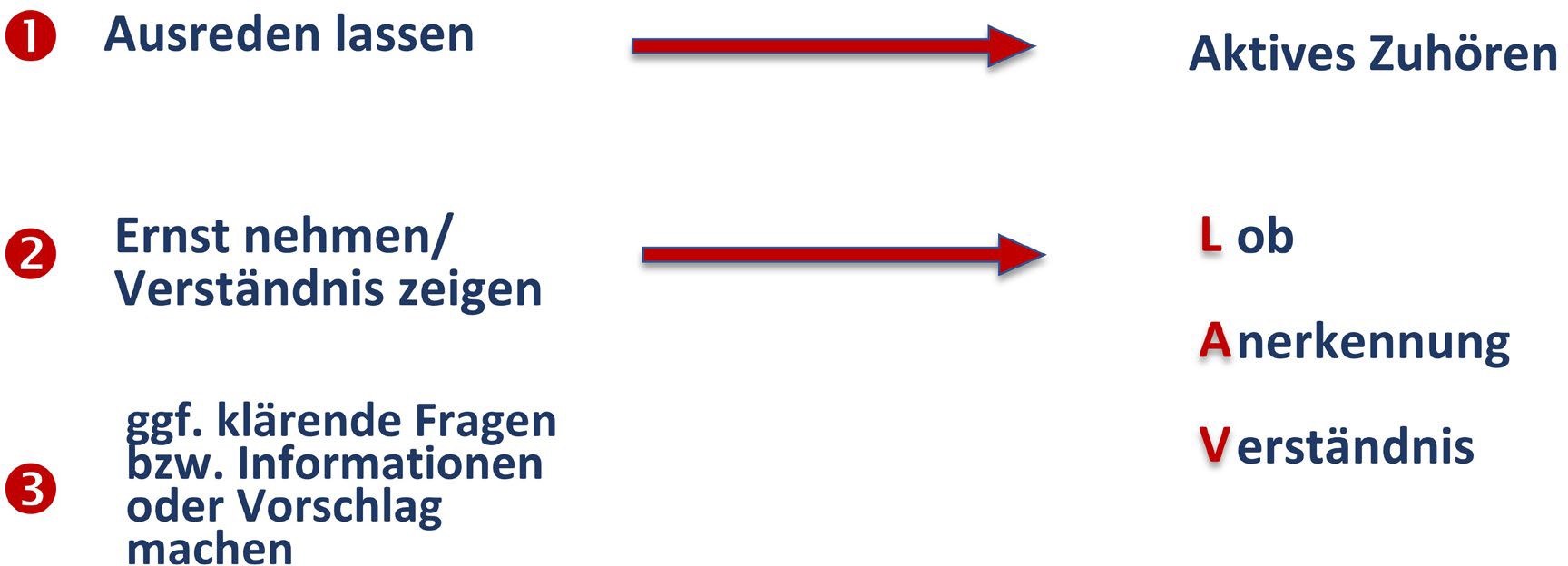
„Wie wichtig ist Ihnen das?“

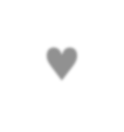
Überleitungsformulierungen :

Diese Formulierungen **verbinden den Vorteil mit dem Nutzen**, so dass sich der Andere persönlich angesprochen fühlt. Im Folgenden sind Beispielformulierungen aufgelistet. Wichtig ist, dass diese in den eigenen Sprachstil passen.

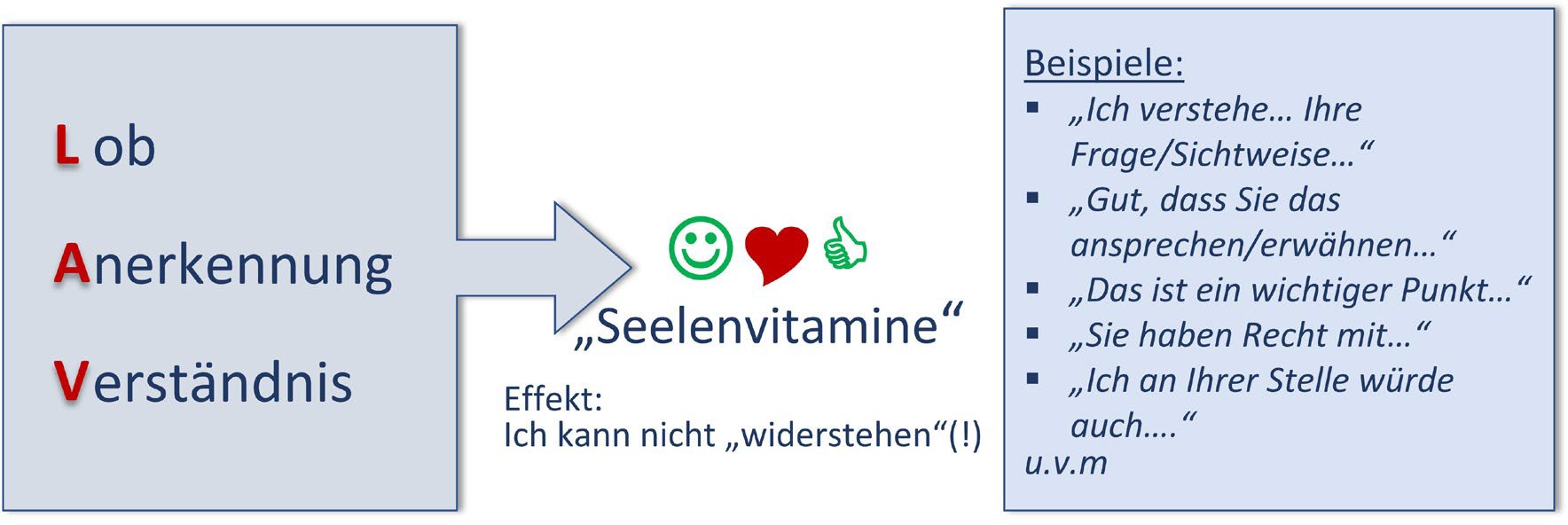
* Dadurch erhalten Sie ...
* Das bedeutet für Sie ...
* Dadurch sparen Sie ...
* Das erhöht Ihre ...
* Das gewährleistet Ihnen ...
* Das senkt Ihre...
* Das steigert Ihren ...
* Das maximiert Ihre...
* Daraus sehen Sie ...
* Davon haben Sie ...
* Damit gewinnen Sie...
* Das gibt Ihnen...
* Der Vorteil für Sie ist…

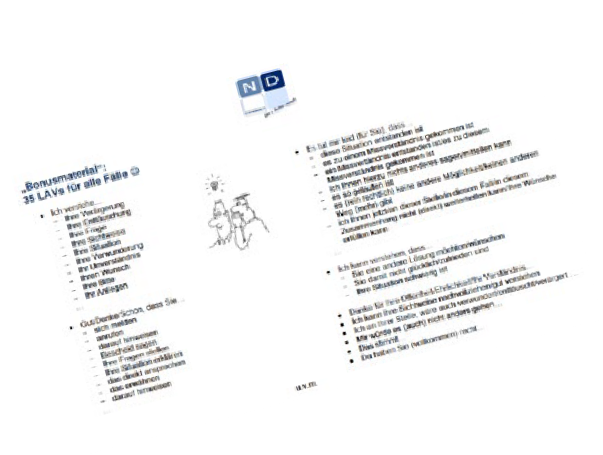
# Exkurs: Einwandbehandlung



Gerade bei einer emotional aufgeladenen Gesprächssituation hilft nur eins:

## LAV… LAV … LAV… ! ;-) 





[**Link „35 LAVs für alle Fälle“**](https://nd-consult.de/wp-content/uploads/2022/05/35-LAVs-fuer-alle-Faelle.pdf)



**Viel Erfolg!**

ND CONSULT

+ 49(0)40 35585162

Schlüterstraße 44 20146 Hamburg

info@ nd- consult.de