

» UM DEN PREIS VERHANDELN

Sobald es um den Preis geht, spitzen sich Verhandlungen oft zu. Dann entscheidet sich, ob der Auftrag erteilt, das Produkt gekauft wird. Deswegen würden viele Verkäufer um das Thema herumschleichen wie die Katze um den heißen Brei und ihren Preis erst am Ende ins Spiel bringen, weiß der Kommunikationspsychologe Dr. Udo Kreggenfeld.

„Das ist die falsche Strategie“, sagt der Fachbuchautor. Preisverhandlungen würden bereits mit dem ersten Kontakt beginnen. „Ob ein Preis letztlich als stimmig erachtet wird, bestimmen Verkäufer ganz wesentlich durch ihr eigenes Verhalten. Denn

Kunden, die nicht angemessen oder respektvoll behandelt wurden, vergessen das nicht“, so Kreggenfeld.

Als Schlüsselqualifikation sieht Kreggenfeld daher die „innere Preissolidarität“. Das bedeute, wer von seinem eigenen Preis nicht voll und ganz überzeugt sei, wecke im Verhandlungspartner den Jagdinstinkt, „noch etwas herauszuholen“. Statt im Preis nachzugeben, sei es aber besser, dem Kunden mehr Wert zu bieten. Und nur wenn die Beziehung zwischen Verkäufer und Käufer stimme, könnten auch schwierige Preisverhandlungen kooperativ geführt werden.