

Expertentipp zum Thema Preisargumentation

von Dr. Fraucke Deckow, Leiterin des Studienganges „Mittelständische Wirtschaft“ an der Staatlichen Studienakademie Glauchau, promovierte Wirtschaftswissenschaftlerin und Buchautorin

Preiskompetenz im Service setzt die Umsetzung folgender Regeln voraus: (1) Entkommen Sie Preisfallen durch eine dreistufige, d.h. kosten-, wettbewerbs- und kundenorientierte Preisbildung. Warum? Weil Sie in Preisgesprächen ohne Wettbewerbsanalyse ebenso schnell an der Wand stehen, wie Sie ohne Kenntnisse zum kundenseitigen Preisverhalten im „Nebel stochern“. (2) Akzeptieren Sie die Preissensibilität Ihrer Kunden. Sie sind nicht geiziger geworden, vielmehr prüfen Sie infolge allgegenwärtiger Preiskampfstrategien und sinkender Realeinkommen genauer, wofür sie Geld ausgeben.

(3) Überzeugen Sie daher mit tatsächlich wahrnehmbaren Mehrwerten – sei es durch überlegene Servicequalität bzw. -prozesse oder durch die „andere Art“ der Betreuung. MERKE: Das beste Preisgespräch führt, wer in der Lage ist, es durch Mehrwerte zu vermeiden. (4) Trainieren Sie Ihr Serviceteam im „Richtigen Reagieren“ auf preisorientierte Kundenaussagen „Das ist zu teuer!“ oder „Die Konkurrenz ist preiswerter!“. (5) Vermeiden Sie Preisschocks und steuern Sie die Kundenwahrnehmung durch die Sandwich-, Kompensations-, Gleichnis-, Verkleinerungs- und/oder Subtraktionsmethode.

(6) Vermeiden Sie das Wort „kostet“. Weisen Sie kostenlose Serviceleistungen (z.B. Autowäsche) stets „im Wert von x-Euro“ aus. (7) Meistern Sie die Preisklippe Rabatt, indem Sie Gegenleistungen einfordern sowie souverän mit den Methoden Rabattauslobung und -splitting umgehen. (8) Beachten Sie Ihre Körpersprache – Kunden merken an Blickkontakt und Körperhaltung, ob Sie hinter dem Preis stehen.

Die Initiative Auto Service Meister wird unterstützt von unseren Partnern:

