Wiederholung Verkaufsgespräch

Phase 4

Einwand-behandlung/ Preisnennung



Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Zusammenfassung: **Einwandbehandlung**

Kundeneinwände beziehen sich auf: Ware/ Preis/ Geschäft/ Verkäufer

Gründe für Einwände des Kunden: braucht mehr Infos/ ist noch nicht überzeugt/ Ausrede

Einwände können echte Bedenken sein oder aber als Ausreden verwendet werden.

- **Ausreden/ vorgefasste Meinungen** (= **unechte Einwände**) **nicht** zu entkräften, *z.B. „Marke xy taugt nicht!“*
- **Echte Einwände**- Einwände sind Chancen! Weg zum Kauf frei machen mit Einwandbehandlungsmethode

Umgang mit Einwänden

- *1. Schritt: Wenn **Einwand noch nicht ganz klar** ist – zunächst:* ***Fragemethode*****:** Ziel - Bedenken ermitteln
  Bsp.:„Was gefällt Ihnen nicht?“, „Warum..?“
- *2. Schritt: Wenn der **Einwand klar** ist:*
  - ***Ja-(aber)-Methode***: Zunächst zustimmen, dann Gegenargument bringen.
    Bsp.: „Auf den ersten Blick haben Sie Recht, (aber) bedenken Sie, dass…“
  - ***Bumerang-Methode*****:** Nachteil in Vorteil umwandeln.
    Bsp.: „Gerade deshalb…“/ „Genau das ist ja der Vorteil… “
  - ***Vergleichsmethode*****:** Einwände werden durch den Vergleich mit anderen Waren abgeschwächt.
    Bsp.: „Wenn Sie xy mit z vergleichen, stellen Sie fest, dass …!“

zurück

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Zusammenfassung: **Preisnennung**

Preis nie alleinstehend nennen! - IMMER **Methoden zur Preisnennung** verwenden:

- ***Sandwich Methode*:** Nutzen-Preis-Nutzen
  Bsp.: Dieses pflegeleichte Sofa für 740€ ist zudem supergemütlich.“
- ***Optische Verkleinerung***: Preis auf kleine Menge herunterrechnen.
  Bsp.: Für 80Cent pro Waschladung haben Sie duftende Wäsche.
- ***Vergleichsmethode*:** Vergleich mit teurerem Produkt
  „Im Vergleich zum Markenprodukt sparen Sie…“
- ***Verharmlosungsmethode*:** Aufpreis einer Ware wird durch Vergleich mit günstigeren Produkt verharmlost.
  Bsp.: „Für nur 50 € Preisunterschied erhalten Sie hier deutlich mehr Funktionen.“
- ***Zerlegungsmethode (nur bedingt rechtlich zulässig!)*** Gesamtleistung wird in Teilleistungen zerlegt.
  (Bettgestell: 500€, Lattenrost 15, €, Matratze 350 €, …)

Abfolge: Preisnennung i.d.R. erst, wenn Kunde bereits vom Produkt überzeugt ist.

zurück

Wenn Kunde sehr früh nach Preis fragt- Preis mit verkürzten Verkaufsargumenten nennen Sandwich-Methode!

Preis immer nennen, auch wenn K. nicht danach fragt – Ziel: Preisschock an Kasse vermeiden!

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Situation: Ein Verkäufer hat im Möbelhaus mit einer Kundin eine Küche geplant. Als das Angebot auf Basis des Plans steht, wendet die Kundin ein, dass sie zunächst noch mit ihrem Mann darüber sprechen muss.



Einwandbehandlung

Preisnennung

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Echter Einwand – da davon auszugehen ist, dass so große und langfristige Investitionen gemeinsam in der Familie entschieden werden.

- ruhig und sachlich bleiben, Verständnis zeigen
- Keinen Druck ausüben, aber dennoch für möglich große Verbindlichkeit sorgen.

VK: "Natürlich verstehe ich, dass Sie so eine langfristige Investition mit Ihrem Mann besprechen möchten. Dann lassen Sie und doch gleich auch noch einen Termin ausmachen, damit ihr Mann sich hier vor Ort die Schränke und auch die Computeranimation der Küche ansehen kann."



Einwandbehandlung | Preisnennung

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Situation: Eine Kundin hat im Beratungsgespräch mehrere Sneaker anprobiert. Statt die Schuhe mitzunehmen, sagt sie jedoch, dass sie zunächst Ihren Mann fragen möchte.



Einwandbehandlung

Preisnennung

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Unechter Einwand- da wir bei so einer finanziell kleinen Investition für den individuellen Bedarf, eher davon ausgehen können, dass sie nicht kaufen möchte. → Vorwand, das Geschäft zu verlassen.

Wir lassen auch hier die **Kundin ohne schlechtes Gewissen gehen**.
Ware aufdrängen oder ein schlechtes Gewissen machen, würde wahrscheinlich
dazu führen, dass sie die Ware zurückbringt und das Geschäft zukünftig meidet!

Kein Zurücklegen anbieten, da wir davon ausgehen, dass sie nicht kaufen möchte.

VK: „Natürlich, ich würde mich Sie wiederzusehen, auch wenn Sie mit Ihrem Mann zu dem Schluss kommen, dass es dieser Schuh nicht sein soll. Wir bekommen laufend neue Ware rein!“



Einwandbehandlung | Preisnennung

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Situation: Eine Kundin sucht eine Gartenliege. Ein zu ihren Wünschen passendes Modell gibt es nur aus Kunststoff.
Kunde: „Mh, Plastik… eigentlich wollte ich etwas hochwertiges aus Holz.“



Einwandbehandlung

Preisnennung

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Situation: Eine Kundin sucht eine Gartenliege. Ein zu ihren Wünschen passendes Modell gibt es nur aus Kunststoff.
Kunde: „Mh, Plastik… eigentlich wollte ich etwas hochwertiges aus Holz.“



Boomerang-Methode zur Einwandbehandlung – der Nachteil wird zum Vorteil.

VK: „„Kunststoff ist um einiges leichter zu reinigen und zu pflegen. Außerdem können Sie es nach einem Regenguss abwischen und direkt wieder nutzen, während Holzmöbel länger trocknen müssen.“

Einwandbehandlung | Preisnennung

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Situation: Eine Kundin möchte im Sanitätshaus eine Kniebandage für den Sport kaufen und äußert folgenden Einwand.
Kundin: „Die Bandage besteht zu 70% aus Polyester. Darunter schwitz man sicher beim Sport, das ist nicht lecker.“



Einwandbehandlung

Preisnennung

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Situation: Eine Kundin möchte im Sanitätshaus eine Kniebandage für den Sport kaufen und äußert folgenden Einwand.
Kundin: „Die Bandage besteht zu 70% aus Polyester. Darunter schwitz man sicher beim Sport, das ist nicht lecker.“



Ja, aber Methode zur Einwandbehandlung – dem Kunden zunächst zustimmen, dann aber ein Gegenargument bringen.

VK: „Das ist richtig, die Bandagen sind aber so verarbeitet, dass das Gewebe atmungsaktiv ist, was für ein frisches Gefühl am Fuß sorgt.“

Einwandbehandlung | Preisnennung

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Situation: Eine Kundin hat sich für einen radierbaren, dunkelblauen Tintenroller mit Verschlusskappe entschieden und erkundigt sich nun nach dem Preis.
 3,95 EUR



Einwandbehandlung

Preisnennung

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Situation: Eine Kundin hat sich für einen radierbaren, dunkelblauen Tintenroller mit Verschlusskappe entschieden und erkundigt sich nun nach dem Preis.
 3,95 EUR

Sanwich- Methode zur Preisnennung: Nutzen – Preis- Nutzen

VK: „Dieser radierbare Tintenroller für 3,95 hat eine Verschlusskappe damit er nicht austrocknet.“



Einwandbehandlung

Preisnennung

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Situation: Im Matratzengeschäft ist der Kunde sehr überzeugt von einer Matratze. Der Verkäufer merkt aber bereits, dass der Kunde nach dem Preis schaut. Mit der Preisnennung möchte er verdeutlichen, dass man eine Matratze lange nutzt.

10 Jahre = 3650 Nächte = 915,50 EUR Matratzenpreis = 25Cent pro Nacht



Einwandbehandlung

Preisnennung

Phase 4 – Einwandbehandlung/ Preisnennung

Situation: Im Matratzengeschäft ist der Kunde sehr überzeugt von einer Matratze. Der Verkäufer merkt aber bereits, dass der Kunde nach dem Preis schaut. Mit der Preisnennung möchte er verdeutlichen, dass man eine Matratze lange nutzt.

10 Jahre = 3650 Nächte = 915,50 EUR Matratzenpreis = 25Cent pro Nacht



Optische Verkleinerung zur Preisnennung- Der Preis wird auf die Nutzungsdauer verteilt.

VK: „Die Matratze ist seht langlebig. Sie können sie mindestens 10 Jahre nutzen. Das sind knapp 4000 Nächte. Umgerechnet sind das pro Nacht nur ca. 25 Cent für einen gesunden, erholsamen Schlaf.“

Einwandbehandlung | Preisnennung