

Inhaltsverzeichnis

Preis und Preisdruck sind miteinander verbunden 9

Es hätte schöner werden können 19

1. Überzeugen muss überzeugend sein..... 21

2. Was der Kunde gerne möchte..... 25

3. Angebote funktionieren, jedoch nicht für Sie 29

4. Zu teuer zu sein, bedeutet nicht, dass der Preis zu hoch ist..... 34

5. Ihr Preis ist ein Versprechen..... 38

6. Ein schlechter Ratgeber 42

7. Die günstigste Lösung..... 46

8. Du bist mein Freund 50

9. Wir kaufen am liebsten günstig..... 53

10. Der Kunde weiß nicht, ob Sie günstig sind 57

11. Lieben Sie Preiseinwände 62

12. Konkurrenz wählt man selbst..... 66

13. Weniger Ärger..... 70

14. Kunden sind fast normale Menschen..... 74

15. Schnäppchen und Extras 78

16. Bei uns funktioniert es anders 81

17. Gewissheit ist viel wert 85

18. Preiseinwänden entgegenarbeiten 89

19. Teurer sein ist gar nicht seltsam 93

20. Der einzig wahre Preis 97

21. Fangen Sie nicht an, über den Preis zu reden 101

22. Preisempfindlichkeit ist merkwürdig 104

23. Verkaufen Sie so wenig wie möglich..... 107

24. Fünf Prozent weniger gehen immer..... 110

25. Der leichteste Weg zu mehr Gewinn 114

26. Wir brauchen mehr 117

27. Wer kennt den richtigen Preis?..... 121

28. Augen im Angebot 125

29. Das begrenzte Budget 128

30. Murphys Gesetz 131

31. Wählen Sie bessere Preise 135

32. Helfen statt verkaufen 138

Literatur 142

Zum Autor 143