

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Es war einmal...der Glaube an den Preis</b>	<b>3</b>
2.1	Kaufentscheidungen finden regelmäßig vor der Rabattforderung statt	3
2.2	Wertschätzung als entscheidender Faktor für die Kundenbindung	4
2.3	Ihr Nutzen für den Verkauf – „Übung macht den Meister“	4
2.4	Auf die Signale des Verhandlungspartners achten	5
2.5	Vorsicht bei zu hohen Rabatten – die „Kundenzufriedenheitsfalle“	5
	Literatur	6
<b>3</b>	<b>Ihre Verhandlungskompetenz</b>	<b>7</b>
3.1	Analysestrategien	8
3.2	Persönlichkeitsstrukturen	10
3.3	Ihre Firmen- und Unternehmenskultur	12
3.4	Gemeinsamkeitsstrukturen zwischen Ihnen und dem Kunden	13
3.5	Willkommen in der Welt der Preisbildung	13
3.6	Die Welt der Verhandlungstechniken – Der Ton macht die Musik	19
<b>4</b>	<b>Rabatte</b>	<b>23</b>
4.1	Die Ursachen für Rabattbildung – Ursachen für das heutige Rabattwesen sind vielfältig	24
4.2	Die Folgen zu hoher Rabatte für Sie und Ihr Unternehmen	26
4.3	Die unterschiedlichen Anbieter und ihre Rabattsysteme	34
	Literatur	41
<b>5</b>	<b>Der Einzelhandel im direkten Vergleich...</b>	<b>43</b>
5.1	...zu klassischen Auktionen	43
5.2	...zu den Internetanbietern	46

<b>6 Die Verhandlungswelt der Strategien</b> .....	53
6.1 Unterschiedliche Ansichten über Luxusgüter .....	54
6.2 Warum fragen Kunden nach Rabatt? .....	54
6.3 Die Typologie der Kunden – eine Mentalitätsfrage .....	54
6.4 Der kulturelle Hintergrund der Rabattargumentationen .....	56
6.5 Typische Kundenrabattstrategien .....	59
<b>7 Erfolgreiche Abwehrstrategien</b> .....	65
7.1 Grundlagen .....	65
7.2 Das Verhandlungsgespräch und seine Fallen – Die Herausforderungen an Sie als Verkäufer .....	67
7.3 Die Argumentationsstrategie als Oberbegriff .....	74
7.4 Die Rhetorik-Strategie als Oberbegriff .....	80
7.5 Die Angebotsstrategie als Oberbegriff .....	83
<b>8 Praxisteil – Ihr Cross-Check für die erfolgreiche Verhandlung</b> .....	89
8.1 Die Direktfragestrategien der Kunden .....	90
8.2 Die Behauptungsfrager .....	95
8.3 Die Erfahrungsstrategien der Kunden .....	114
8.4 Die Vielversprecherstrategien .....	122
8.5 Die Mitleidsstrategien der Kunden .....	126
8.6 Die dreisten Kundenstrategien .....	130
8.7 Die unkorrekten Kundenstrategien .....	134
<b>9 Anhang: Zusammenfassende Ratschläge</b> .....	137
9.1 Die 11 Profile des Verkäufers .....	137
9.2 Die 12 Tipps für den Verkaufsalltag .....	137
9.3 Die 13 Regeln für den Rabattalltag .....	139
9.4 Die 24 Tipps für Sie .....	139
9.5 Übersicht: Die Strategien zur Abwehr von Rabatt .....	141
<b>Nachwort</b> .....	143
<b>Weiterführende Literatur von Springer Gabler</b> .....	145