

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	11
1. Die Typisierung der Lieferanten .....	13
2. Die Preisverhandlung: Der Umgang mit dem „Gegenspieler“, dem Verkäufer .....	20
2.1 Die Sachebene und die Beziehungs- ebene: Wie kommen Einkäufer und Verkäufer miteinander aus? .....	20
2.2 Kann das Verhalten des Verkäufers richtig eingeschätzt werden? .....	23
2.3 Der Augenkontakt: Eine Methode, die Sympathie erzeugt? .....	27
2.4 Die Gesprächsfehler, die im Umgang mit dem Verkäufer zu vermeiden sind .....	29
2.5 Der Grundsatz für den Umgang mit dem Verkäufer .....	30
3. Die geläufigsten Methoden der Verkäufer in der Preisverhandlung .....	31
4. Welche Faktoren bestimmen das Handeln? .....	37
4.1 Die Ausgangslage .....	37

4.2	Die Verhandlungsarten .....	39
4.3	Die (innerliche) Kaufentscheidung .....	40
5.	Das Spektrum der in Frage kommenden Lösungen für die Preisverhandlung .....	42
6.	Die Gesprächstechniken und ihre Anwendungen für das Preisgespräch .....	44
6.1	Die Fragetechniken als Steuerungs- element im Preisgespräch .....	45
6.1.1	Die offene Frage .....	47
6.1.1.1	Die zwei Arten der offenen Frage .....	48
6.1.1.2	Die Gegenfragetechnik .....	52
6.1.1.3	Was bei der Anwendung der offenen Frage unbedingt zu beachten ist .....	54
6.1.2	Die geschlossene Frage .....	56
6.1.2.1	Die Kontrollfrage .....	57
6.1.2.2	Die Suggestivfrage .....	59
6.1.2.3	Die Provokationsfrage .....	61
6.1.2.4	Der Ja-Rhythmus .....	62
6.1.3	Die Alternativfrage .....	64
6.2	Die Zuhörtechnik .....	65
6.2.1	Die geeignete Rückmeldung geben .....	68
6.3	Die Argumentation .....	71
6.4	Die Bedeutung herausstellen .....	75

6.5	Das Wenn-dann-Formulierungsschema im Preisgespräch .....	76
6.6	Die Wendetechnik .....	78
6.7	Die Technik des provokativen Schweigens .....	81
6.8	Die Einwandbehandlung .....	83
7.	Die unterschiedlichen Situationen im Preisgespräch erfolgreich meistern .....	87
7.1	Die Frage nach dem Preis .....	87
7.1.1	Die konkrete Preisfrage .....	87
7.1.2	Mit der Preisfrage die Verkaufsargumentation des Verkäufers unterbrechen .....	89
7.2	Der Moment der Preisnennung .....	92
7.3	Der Einstieg in die Preisverhandlung .....	93
7.3.1	„Zu teuer.“ Ein häufig benutzter Ausdruck .....	93
7.3.2	Der sanfte Einstieg in die Preisverhandlung .....	93
7.4	Die Frage nach dem Preisnachlass .....	96
7.4.1	So nicht: Die unvorteilhaften Formulierungen in der Preisverhandlung .....	96
7.4.2	Die Konfrontationsmethode .....	97
7.4.3	Die Schmunzeltaktik .....	101

7.5	Die Reaktionen auf den Preis des Verkäufers, die ihn zum Einlenken bewegen können .....	102
7.5.1	Den Preis bzw. das Angebot in Frage stellen .....	102
7.5.2	Die Notwendigkeit der Preisreduzierung deutlich machen .....	103
7.5.3	Die Auftragserteilung in Frage stellen .....	104
7.5.4	Dem Verkäufer den „schwarzen Peter“ in die Schuhe schieben .....	105
7.5.5	Den Mitbewerber „ins Spiel“ bringen .....	105
7.5.6	Die Empörung über die Höhe des Preises deutlich machen .....	107
7.6	Die Begründungen für die Verkäuferfrage: „Warum wollen Sie denn unbedingt einen Preisnachlass?“ .....	108
7.7	Der Verkäufer fragt nach unseren Preisvorstellungen. Was machen wir nun? .....	109
7.8	Der Verkäufer rechtfertigt seinen Preis. Wie gehen wir jetzt vor? .....	111

7.9	Die Preissenkungsforderung .....	112
7.9.1	Die Preissenkungsforderung ohne Angabe des Zielpreises .....	112
7.9.2	Die Preissenkungsforderung mit Angabe des Zielpreises .....	117
7.9.3	Die Preisbehauptung .....	119
7.9.4	Die Zustimmung des Verkäufers durch stetiges Wiederholen erreichen .....	121
7.9.5	Die Problemargumentation des Einkäufers .....	123
7.9.6	Den Preisvorteil des überdimen- sionierten Angebots nutzen .....	124
7.10	Die Grenze der Preiszugeständnisse des Verkäufers durchbrechen .....	127
7.11	Den günstigen Angebotspreis noch reduzieren .....	135
7.11.1	Der-Preis-ist-immer-noch-zu- hoch-Methode .....	135
7.11.2	Der superlativen Ausdrucksweise des Verkäufers entgegenwirken .....	137
7.12	Der Verkäufer lehnt unser Preisgebot ab. Wie ist nun darauf zu reagieren? .....	139

7.13	Im Moment ist keine Einigung in Sicht .....	147
7.13.1	Das Preisgespräch ist festge- fahren. Wie kann jetzt noch der Lösungsweg eingeschlagen werden? .....	147
7.13.2	Die Konfliktbewältigung im Preisgespräch .....	149
7.14	Die Bedenken des Verkäufers .....	150
7.15	Die Einigung .....	153
7.15.1	Der Verkäufer akzeptiert meinen Preis. Was mache ich nun? .....	153
7.15.2	Der Verkäufer ist uns entgegen- gekommen, wir akzeptieren seinen Preis .....	154
7.16	Die Preiserhöhung eines Lieferanten abwehren .....	155
8.	Der telefonische Kontakt mit dem Verkäufer .....	157
8.1	Die Empfehlungen für den Meldetext .....	157
8.1.1	Wir rufen an .....	157
8.1.2	Wir werden angerufen .....	159

8.2	Die grundsätzlichen Verhaltensweisen für den Einkäufer am Telefon .....	162
8.2.1	Gleich zur Sache kommen .....	162
8.2.2	Das Ansprechen mit dem Namen .....	163
8.2.3	Die akustische Rückmeldung .....	164
8.2.4	Das Positive verstärken .....	165
8.3	Die speziellen Methoden des telefonischen Preisgesprächs .....	166
8.3.1	Den Preis erfragen (Neuanfrage) .....	166
8.3.2	Die Ware bestellen und den Preis vorgeben .....	169
8.3.3	Den Preis fordern und emotional absichern .....	170
8.3.4	Das Preisgespräch vertagen .....	170
8.3.5	Das Preisgespräch hat sich „festgebissen“ .....	171
8.3.6	Den Auftrag dringlich machen und den Preis fordern .....	172
8.3.7	Den Angebotspreis des Verkäufers abwehren und selbst gleich darauf einen Preis nennen .....	173
8.4	Den Sieg verkraften .....	174
8.5	Der Gesprächsabschluss .....	174

8.6	Das Verabschieden .....	175
Anhang: Die Lösungen zu den Übungen .....		176
Der Autor .....		183