

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 Verkaufs- argumentation 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 Preis- verhandlung	93
7.4	Die Frage nach dem Preisnachlass	96
7.4.1	So nicht: Die unvorteilhaften Formu- lierungen 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