

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
Vorwort.....	5
Bevor wir beginnen.....	8
Der Preis als stärkster Hebel für den Gewinn	9
So entscheiden Kunden.....	12
Werterhöhung	14
<i>Wie geschieht Werterhöhung?</i>	<i>14</i>
<i>Wo geschieht Werterhöhung?.....</i>	<i>16</i>
Voraussetzungen für erfolgreiche Preiserhöhungen	20
<i>Ihre Preisstrategie als Basis</i>	<i>20</i>
<i>Arten von Preiserhöhungen</i>	<i>23</i>
<i>Warum Preiserhöhungen nicht gemacht werden.....</i>	<i>25</i>
<i>Weniger Umsatz, mehr Ertrag</i>	<i>25</i>
<i>Die Kommunikation von Preiserhöhungen.....</i>	<i>27</i>
<i>Stammkunden oder Neukunden</i>	<i>29</i>
14 Strategien, Taktiken und Tipps für Preiserhöhungen	31
1. <i>Szenarien berechnen.....</i>	<i>32</i>
2. <i>Das richtige Timing beachten</i>	<i>34</i>
3. <i>Regelmäßig Preise erhöhen</i>	<i>40</i>
4. <i>Preiserhöhungen professionell vorbereiten</i>	<i>41</i>
5. <i>Negative Erwartungen erhöhen.....</i>	<i>49</i>
6. <i>Gleichzeitig senken und erhöhen</i>	<i>51</i>
7. <i>Leistungsbestandteile verändern</i>	<i>55</i>
8. <i>Preise differenzieren</i>	<i>62</i>
9. <i>Preise unverändert lassen</i>	<i>64</i>

<i>10. Maßeinheiten verändern.....</i>	<i>66</i>
<i>11. Die richtige Preisnennung.....</i>	<i>68</i>
<i>12. Rasch Umsatz generieren.....</i>	<i>77</i>
<i>13. Psychologische Preisgrenzen nutzen</i>	<i>79</i>
<i>14. Die richtigen Argumente verwenden.....</i>	<i>80</i>
Abschluss	82
Über den Autor.....	84