

## // KOMPAKT-INHOUSE-SEMINARE

### Preiswirkung – Preisdifferenzierung – Preisdurchsetzung

Der Preis ist bekanntlich der Gewinnhebel Nr. 1 – sein Einfluss auf den Ertrag des Unternehmens ist signifikant und steht in keinem Verhältnis zu Kostensenkungsmaßnahmen. Einer aktuellen Studie zur Folge sehen 87% der befragten Unternehmen signifikantes Verbesserungspotential im Preismanagement. 82% klagen über wachsenden Preisdruck und bei 52% reichen die geplanten Preisanpassungen nicht, um die Kostensteigerungen zu kompensieren. Damit wird Ertragspotential verschenkt. An dieser Stelle setzt mein Seminar an. Es handelt sich um eine Sensibilisierung auf die Preiswirkung, Möglichkeiten der Preisdifferenzierung und der Abwehr von Nachlassforderungen. Angereichert mit gelebten Praxisbeispielen werden strategische und operative Denk- und Handlungsanstöße gegeben, die zu einer optimierten Ausschöpfung ihres Preis- und Ertragspotentials führen. Es kann als Halbtags-Seminar (Teil I) oder komplett mit dem Teil II zur Verhandlungsführung als Inhouse-Seminar gebucht werden.

**Zielgruppe:** Geschäftsführer / Vertriebsleiter / Marketingleiter / Produktmanager  
/ Key Account Manager / Außendienstmitarbeiter / Serviceleiter / Vertriebsinnendienst

#### Inhalt Teil I: Preiswirkung – Preisdifferenzierung

Halbtags-Seminar (einzeln buchbar)

- Definition Preismanagement
- Hebelwirkung des Preises auf den Ertrag
- Absatz versus Preis – eine strategische Entscheidung
- Irrtümer zur Preisgestaltung
- Preisdifferenzierungen, -erhöhungen und -gespräche mit Praxisbeispielen
- Was tun bei „Niedrig-Preis-Angriff“?
- Zusatznutzen und Ausschreibungen bepreisen
- Abwehr von Preisnachlässen
- Offene Diskussion

**Nutzen:** Die Veränderung des Blickwinkels zur Ertragssteigerung – anstelle von Kosten-reduktionen erreichen Sie mehr durch Preisanpassungen. Sie erhalten konkrete Hinweise zur Durchsetzung von differenzierten Preiserhöhungen anhand von Praxis-beispielen und Argumentationshilfen zur Abwehr von Preisnachlässen. Auch die Bepreisung von Zusatznutzen und ein Fahrplan für einen strukturierten Preis-optimierungsprozess werden aufgezeigt. Die Unterlagen werden jedem Teilnehmer in digitaler Form übergeben.

## Teil II : Preisverhandlung - Preisdurchsetzung

Anschluss-Seminar (halbtags – einzeln und in Verbindung mit Teil I buchbar)

- Hebelwirkung des Preises (nur beim Einzelseminar in Kurzform)
- Klassisches Fallbeispiel einer Preisverhandlung
- Überzeugen in Preisverhandlungen – Innere Einstellung
- Harten Preisverhandlungen vorbeugen
- Nutzen vs. Features - Beispiele
- Kaufmotive ergründen
- Taktik der klugen Preisnennung
- Strategien für Preisverhandlungen aus Verkäufersicht
- Tricks der Einkäufer richtig begegnen
- Erkennen der Preisbereitschaft
- Zusammenfassung
- Offene Diskussion

**Nutzen:** Anhand von Dialogen aus unterschiedlichen Verkaufsgesprächen und -situationen erfahren Sie mit welcher Kommunikations- und Verhaltenstechnik sie erfolgreich sein werden und welche hinderlich sind. Der richtige Umgang mit dem „Bluffen“ des Kunden und das Erkennen der Preisbereitschaft werden als Verhandlungsmethodik vorgestellt. Viele Praxisbeispiele in Kombination mit ausgehändigten Checklisten zeigen Ihnen auf wie Sie die Tools erfolgreich in der Praxis umsetzen. Die Teilnehmer erhalten die Möglichkeit eigene Erfahrungen einzubringen und zu diskutieren. Die Unterlagen werden jedem Teilnehmer in digitaler Form übergeben.