

In heißen Preisverhandlungen cool bleiben

Wie Sie als Held aus Preisschlachten hervorgehen, ohne Margen zu verlieren – das Neueste zu Preispsychologie, Verhaltensökonomie, Priming, Framing und Verhandlungsplanung.

AUSGANGSSITUATION

Preisverhandlungen stürzen Verkäufer in einen inneren Konflikt. Einerseits geht es um den wirtschaftlichen Erfolg, andererseits möchte niemand den Kunden verlieren. Häufig scheint die einzige Lösung für Verkäufer der Preisnachlass zu sein, und das ist eine eindeutig ungünstige Ausgangssituation für Preisverhandlungen. Dabei ist der Preis eine subjektive Empfindung. Wovon diese abhängt, haben führende Psychologen herausgefunden.

Zwei wegweisende Vertreter der Verhaltensökonomie, Daniel Kahneman und Richard Thaler, haben für Ihre Forschungen auf diesem Gebiet jeweils einen Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften verliehen bekommen. Dieser Kurs vermittelt diese Forschungsergebnisse sowie praktische Strategien, die sich daraus ergeben.

ZIELE

Die Teilnehmer lernen, den Preis als eine von vielen Produkteigenschaften anzusehen, vor allem als eine, die nicht entscheidend ist.

Zudem vermittelt der Kurs Methoden und Techniken, um die Preissensibilität des Kunden entscheidend zu reduzieren.

AUS DEM INHALT

- | Preis als Produkteigenschaft
- | Das zentrale Kommunikationsmodell
- | Affektübertragung:
Wie sich die Preisangst des Verkäufers auf den Kunden überträgt
- | Selbstmanagement in Bezug auf den Preis
- | Warum der Kunde immer das Gefühl hat, zu viel zu bezahlen (und wie man das umkehren kann)
- | Die Macht des Primings
- | Die Macht des Framings
- | Verhandlungsplanung
- | Freie Preisgespräche

Seminardauer	2 Tage
Seminargebühr	3.200,- € zzgl. MwSt. und Reisekosten
Teilnehmer max.	16
Anmeldung	telefonisch oder mit Anmeldekarte
Ablauf	Vortrag, Demonstrationen, Teilnehmerübungen, Gruppenarbeit