

Über Geld reden ist einfach: Mit diesen Tipps endlich selbstbewusst über Preise sprechen!

Melanie Buratto

Du willst richtig gute Kundengespräche führen? Dann kommst du um das Thema Preise nicht herum. Früher oder später wird in jedem Kundenkontakt über Geld geredet. Und trotzdem ist es für viele Selbständige ein rotes Tuch. Kaum ein Gesprächsthema löst so viel Unsicherheit aus, wie die Sorge um die Preis-Diskussion.

Ich selbst habe bei dem Kauf meines neuen Kinderwagens erst wieder erlebt, wie selbst gut geschulte Verkäufer einen großen Bogen um das Thema machen. Ich wollte unbedingt einen neuen Kinderwagen kaufen, doch kaum hatte ich der Beraterin ehrlich gestanden, der Preis liegt über meiner Vorstellung, hatte ich einen Prospekt in der Hand, um mir alles zu überlegen. Und sie war verschwunden. Ich kaufte den Kinderwagen schließlich trotzdem, aber in einem anderen Fachhandel. Schade für sie.

Warum ich euch das erzähle? Weil es mir selbst mal wieder gezeigt hat, wie wichtig es ist, die eigenen Preise nicht nur selbstbewusst zu kommunizieren, sondern auch bei (zunächst) negativen Reaktionen nicht zurück zu schrecken. Ich hatte immerhin einen 590,- Euro wertvollen Kinderwagen gekauft. Da hätte es sich für die Beraterin durchaus gelohnt, meine Bedenken abzufangen und mich von dem Wert des Kinderwagens zu überzeugen.

Hier erfährst du einige praktische Tipps, wie du deine Preise selbstbewusst kommunizieren UND mit vermeintlich negativen Reaktionen souverän umgehen kannst.

Wie kommuniziere ich meine Preise selbstbewusst?

Eine Vertrauensbasis schaffen

Ein richtig gutes Kundengespräch hängt nicht nur von gekonnten eloquenten Formulierungen ab. Vielmehr wird jedes Gespräch von Emotionen, von Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Sympathie beeinflusst:

1. Du musst selbst überzeugt sein, um überzeugen zu können

Bei dem Thema Preise gilt, ebenso wie für jedes andere gute Gespräch: Deine Einstellung beeinflusst den Verlauf des Gesprächs enorm. Das heißt für dich, du musst selbst davon überzeugt sein, dass der Preis angemessen ist. Ansonsten wird es dir sehr schwerfallen, dein Gegenüber von der Wertigkeit zu überzeugen.

2. Deine Positionierung muss stimmen

Auch die Einstellung deines Gegenübers wird den Verlauf des Gesprächs beeinflussen. Wenn also dein Gegenüber bereits mit der Einstellung in das Gespräch geht, er wird von einem Experten beraten, erleichtert dir das die Preis-Argumentation enorm.

3. Der Kunde muss sich wohl fühlen

Es wird dir viel leichter fallen, mit deinem Kunden über Preise zu sprechen, wenn ihr vorab eine Vertrauensbasis hergestellt habt, und du deinen Kunden mit seinen Bedürfnissen und Wünschen kennen gelernt hast. So gelingt dir das am besten:

- **Stelle Fragen:** Stelle deinem Gegenüber möglichst viele offene Fragen. Fragen mit denen du Informationen über ihn, seine Bedürfnisse und Wünsche erhältst.
- **Höre zu:** Nimm dir Zeit für euer Gespräch und halte Blickkontakt, um deine Aufmerksamkeit zu signalisieren. Höre genau hin, was dein Kunde dir zu sagen hat. Achte auf Schlüsselwörter und Zwischentöne. Nutze die Schlüsselwörter, um einzuhaken und genauer nachzufragen.

Selbstbewusst formulieren

Wunderbar. Du hast eine gute Vorarbeit geleistet und Vertrauen zu deinem Gegenüber aufgebaut. Dann kannst du jetzt gestärkt in die Preis-Diskussion gehen.

1. Preise benennen: Prägnant und neutral

Wenn du selbstbewusst kommunizieren willst, solltest dir immer die Wirkung deiner Formulierungen bewusst machen. In Bezug auf Preise, wird oft davon gesprochen, wieviel etwas KOSTET. Kosten suggerieren jedoch Aufwand, im Sinne von Aufwendungen. Es klingt nach Ausgaben. Und es wirkt sehr negativ. Viele Verkäufer motivieren ihre Kunden zum Kauf mit positiven Formulierungen, wie zum Beispiel:

- Für nur 30,- erhältst du ...
- Für nur 400,- biete ich dir...
- Für gerade mal 666,- ist das und das und das enthalten...

Diese Formulierungen wirken tatsächlich motivierend. Ich würde allerdings nicht mit diesen Formulierungen ins Haus fallen. Das kann dein Gegenüber auch erschlagen, bzw. so wirken, als wolltest dein Produkt „anpreisen“.

Für ein richtig gutes Kundengespräch wählst du eine prägnante und neutrale Formulierung, um deine Preise zu nennen. Das wirkt enorm selbstbewusst:

- Der Preis für dieses Produkt ist 33,- Euro. -PUNKT. –
- Mein Honorar beträgt 66,- Euro pro Stunde. -PUNKT.-

PUNKT. Sprechpause. Sacken lassen. Mut zum Abwarten!

Das schlimmste was du jetzt machen kannst, ist sofort Rechtfertigungen hinterherschleppen:

2. Bloß nicht rechtfertigen!

Du musst dich nicht rechtfertigen.

Wenn du dennoch das Gefühl hast, du müsstest dich für deine Preise rechtfertigen, dann arbeite an deinem Produkt. Oder an dem Preis. Oder an deinem Mindset. So lange, bis du selbst davon überzeugt bist, DAS Produkt ist DIESEN Preis WERT. Denn nur wenn du selbst überzeugt bist, kannst du auch dein Gegenüber überzeugen.

3. Liefere deinem Gesprächspartner Argumente.

Maßgeschneiderte Argumente. Dein größtes Argument ist: Nutzen, Mehrwert, Nutzen, Mehrwert. Und zwar speziell für deinen Kunden. Also finde heraus, wo bei ihm der Schuh drückt, wonach er sucht, was seine Bedürfnisse sind. Und ganz wichtig: Finde heraus, was ihm besonders wichtig ist. Was bestimmt für ihn persönlich den Wert? Stell deinem Gegenüber Fragen und höre aufmerksam zu. Und dann baust du seine Bedürfnisse und Wünsche in deine Argumentation ein und überzeugst ihn, mit überzeugenden Argumenten von dem Wert für ihn. Was heißt das für deine selbstbewussten Formulierungen:

Bloß nicht:

Diese Regenjacke kostet zwar schon 333,- Euro, aber (=Rechtfertigung!) dafür ist sie aus echt hochwertigem Material.

Viel besser:

Du hast gesagt, du wünschst dir eine Jacke, die deinen ausgiebigen Wandertouren standhält (=sein Bedürfnis). Für 333,- Euro erhältst du hier eine Jacke mit der du dir die nächsten 5 Jahre keine Sorgen mehr um nasse Schultern und Gewicht in deinem Rucksack machen musst. (=persönlicher Mehrwert)

Wie gehe ich mit negativen Reaktionen um?

Viele gute Kundengespräche scheitern leider, sobald der Kunde nach dem Nennen des Preises nicht sofort zugreift. Das heißt aber nicht, dass er gar nicht kaufen wird. Es lohnt sich also unbedingt, weiter im Gespräch zu bleiben.

1. Nicht aufgeben!

Du nennst deinen Preis und der Kunde reagiert nicht. Oder verzieht das Gesicht. Oder sagt, das sei ihm zu teuer. Puh, blöde Situation. Das wünscht man sich echt nicht. Aber weißt du was? Ein richtig gutes Kundengespräch erkennt man daran, dass es jetzt erst richtig losgeht. An diesem Punkt wird es erst richtig interessant. Die größte Herausforderung liegt jetzt darin: NICHT AUFGEBEN. Und das kannst du. Bleibe am Ball, halte das Gespräch am Laufen und du wirst sehen: Es lohnt sich! Keine Angst vor der Preis-Diskussion. Das einzig Falsche, was du tun kannst, wäre nichts zu tun.

2. Bloß nicht urteilen!

In einigen Artikeln und Diskussionen rund um das Thema Preis wird immer wieder über Wertschätzung durch den Kunden gesprochen. Meine Erfahrung mit Kunden zeigt, dass das eine sehr einseitige Sicht ist. In Kundengesprächen spielen ganz viele Emotionen mit, die wir nicht einfach beurteilen sollten. Oft liegt die Hemmung in ganz anderen Ängsten, als wir annehmen. Bevor wir also beleidigt das Gespräch beenden, weil wir glauben, der Kunde wertschätzt unser Produkt nicht, wenn er nicht sofort zugreift, lohnt es sich, den Kunden kennen zu lernen. Ein richtig gutes Kundengespräch fängt erst mit dem Zögern richtig an. Also nimm dir auch an diesem Punkt Zeit, deinen Kunden kennen zu lernen und frage nach:

- Was lässt dich an dieser Stelle zögern?
- Was brauchst du, um dich für dieses Produkt zu entscheiden?
- Welche Preisvorstellung hattest du dir gesetzt?

3. Nicht persönlich nehmen!

Wie oben bereits geschrieben: Du weißt nicht, was deinen Kunden zögern lässt. Also fang jetzt bloß nicht an, an dir oder deinem Produkt zu zweifeln. Stell weitere Fragen, bleibe mit deinem Kunden im Gespräch und finde heraus, warum er tatsächlich zweifelt.

4. Auch jetzt nicht rechtfertigen!

Die erste Reaktion auf negative Einwände ist in der Regel Rechtfertigung. Aber auch hier gilt: Du musst dich nicht rechtfertigen! Erläutere in sachlichen und neutralen Formulierungen die Argumente für dein Produkt.

Woran erkennst du eine Rechtfertigung? An Formulierungen wie diesen:

- Aber das Produkt hat doch...
- Aber das beinhaltet doch...

Was du dagegen tun kannst? Ganz einfach: Stell eine Gegenfrage.

Gegenfragen sind ein wunderbares Mittel, um dich vor Rechtfertigung zu schützen, und um gleichzeitig das Gespräch am Laufen zu halten. UND mit einer geschickten W-Frage gewinnst du weitere Informationen über deinen Kunden und kannst diese in eine überzeugende Argumentation einbauen:

- Welche Preisvorstellung hattest du denn?
- Was erwartest du von diesem Produkt, damit du zugreifst?
- Was müsste das Produkt können, damit du überzeugt bist?

Ich selbst liebe spannende Kundengespräche. Und ich liebe Verhandlungen. Dieser Artikel zeigt mir selbst mal wieder auf, wie wichtig das Thema „PREISE“ für ein richtig gutes Kundengespräch ist. Es ist nicht selten der Knackpunkt, wenn es um Verkaufen oder Nicht-Verkaufen geht.

Meine 3 wichtigsten Tipps zur Umsetzung

Damit es dir leichter fällt, deine Preise ab MORGEN selbstbewusst zu benennen und in schwierigen Situationen souverän zu bleiben erhältst du hier meine 3 wichtigsten Umsetzungstipps:

1. Lege dir schon vor deinem nächsten Gespräch eine neutrale und prägnante Formulierung für deine Preise zurecht. Wähle eine Formulierung, die dir leicht über die Lippen kommt. Und übe, übe, übe!
2. Lege dir Fragen an deinen Kunden zurecht. Offene Fragen, W-Fragen die dir wertvolle Informationen über die Bedürfnisse und Wünsche deines Kunden liefern. Und übe, übe, übe!
3. Gehe raus, und fange an Gegenfragen zu stellen. Trau dich, und begegne Einwänden und Widersprüchen in deinem Umfeld mit Gegenfragen. Du wirst sehen, wie einfach das mit der Zeit ist. Und wie gut es tut: Es schützt dich vor Rechtfertigung und hält das Gespräch am Laufen. UND vor allem wirkt es äußerst souverän.