

## Rabatt möglich? Sagen Sie als Verkäufer „Nein“ zum Kunden!



Jetzt geht es aber los, so eine Aufforderung aus der Feder eines Verkaufstrainers? Vielleicht müssen wir die Überschrift in den richtigen Kontext setzen. Gar keine Frage, wir sagen zu Kunden natürlich immer „Ja“, aber nicht um jeden Preis. Wie reagieren Sie im Verkauf auf die Preisverhandlung, die heutzutage in nahezu jeder Branche völlig normal ist?

### Nicht gleich Rabatte gewähren!

Sehr häufig erlebt man Verkäufer, die bei der kleinsten und vorsichtigsten Nachfrage des Kunden sofort einbrechen und die Rabattkeule herausholen. Was uns als Kunde vielleicht noch gefällt, wird spätestens als Unternehmer untragbar. Es gilt also bei Rabattforderungen die Nerven zu behalten. Wenn ihr Kunde beim nächsten Mal ganz vorsichtig fragt „Geht denn da noch etwas am Preis?“, dann kommt die Überschrift zum Tragen. Trauen Sie sich hier einfach mal „Nein“ zu sagen. Die Chance, dass der Kunde nun sofort schreiend wegläuft oder sie hochkant rausschmeißt, ist denkbar gering.

„In der Praxis erlebe ich es immer wieder, dass Verkäufer sich mit einer unsicheren Antwort sofort selbst verraten“, das sagt Martin Sänger, der seit vielen Jahren sehr erfolgreich Unternehmen im Verkauf trainiert. „Eigentlich ist da nichts mehr drin“, das ist, laut Sänger, die häufigste Rhetorik-Falle in die Verkäufer tappen. Aus Angst vor dem vermeintlich „harten“ Nein, wählen sie den Weichmacher Nummer 1 „eigentlich“. Das durchschaut der Kunde heutzutage natürlich sofort und hakt nach.

#### An sich selbst arbeiten -

naa.de/Persönlichkeitsentwicklung  
Seminare und Trainings für  
Manager u. Führungskräfte



#### Seminar Führungskompetenz

www.selectes.com  
Vom Mitarbeiter zur Führungskraft  
bundesweite Fuhrungsseminare



#### Die NLP Ausbildung

www.nlperleben.de  
Lerne NLP im NLP Seminar und  
erlebe begeistert Veränderung!



Google-Anzeigen

## Sicheres Auftreten als Verkäufer

Was kann ich aber als Verkäufer tun, damit ich bei den Fragen des Kunden nach einem Rabatt, sicherer auftrete? Ganz wichtig ist, sich selber darüber im Klaren zu sein, dass man als Verkäufer seine Hausaufgaben gemacht hat. Das bedeutet, ich muss bis zu dem Zeitpunkt der Rabattfrage bereits eine Spitzenperformance geliefert haben. Ich muss nicht nur den Bedarf, sondern auch die (vielleicht geheimen) Wünsche meines Kunden kennen, ich muss exakt und klar auf den Punkt dargelegt haben, warum mein Produkt, meine Dienstleistung oder meine Lösung die beste Variante für den Kunden ist. Wenn ich mir da sicher sein kann, dann verträgt das Gespräch auch ein klares „Nein“ auf die Rabattfrage des Kunden. Im Idealfall ist es jetzt bereits so, dass der Kunde Ihre Leistung in jedem Fall haben will und sich deshalb nicht komplett abschrecken lässt. Ihre Position für die weitere Verhandlung ist jedoch deutlich stärker, als wenn Sie hier „rumeiern“.

Je nach Branche ist es natürlich blauäugig zu behaupten, dass man gänzlich ohne Nachlass auskommt, aber achten Sie mal darauf, nicht zu schnell und vor allem nicht zu viel nachzulassen. Der eine Euro hier und der andere Euro dort verbessern ihr Jahresergebnis teilweise ganz massiv.

## Weniger Rabatt, mehr Ertrag

„Bei einem Kunden ist es uns gelungen, knapp € 400.000.- in einem Jahr weniger Rabatt zu geben und nicht gegebener Rabatt ist Ertrag und kein Umsatz, das ist absolut genial“ sagt Martin Sängler der in seinen Vorträgen auch immer wieder das Publikum mit solchen realen Beispielen begeistert. Insofern müsste die Überschrift lauten „Sag „Nein“ zum Kunden, aber „Ja“ zu mehr Ertrag!“

(Bild: © Thomas R. – Fotolia.de)



## Martin Sänger

Martin Sänger ist Speaker, Entertainer und Augenoffner. Er begeistert sein Publikum mit seiner sympathisch dreisten Art, Dinge auf den Punkt zu bringen. Durch seine humorvolle Rhetorik versteht er es wie kaum ein anderer, sein Publikum auch für die Umsetzung eher unbequemer Themen zu motivieren. Die geniale Einfachheit, mit der er auch teilweise komplexe Zusammenhänge darstellt, nimmt seinen Zuhörern automatisch die Angst vor einer Veränderung. Wenn Sie also bei Ihrer Veranstaltung anstelle eines „Irgendwie hat man das alles schon einmal gehört“ lieber ein „Ich kann es kaum erwarten loszulegen“ als Feedback möchten, dann ist ein mitreiender Vortrag von Martin Sänger genau die richtige Wahl. Veröffentlichungen: Erfolgsfaktor Finanzierung wurde von Martin Sänger für die Dresdner Cetelem Bank (heute Commerz Finanz GmbH) geschrieben und von der Bank direkt an deren Kunden vertrieben. Der Fokus hierbei lag bei einer sofort umsetzbaren Praxismethode zur Steigerung des Finanzierungsanteils. Mit einer inzwischen vergriffenen Erstauflage von 10.000 Stück rangiert dieses Fachbuch unter den Topsellern. Mit seiner ersten Audio-Trainings CD „Reden ohne rot zu werden“ erregte Martin Sänger viel aufsehen. Das Karriere Portal von GMX brachte einen Artikel zu der CD gleich als Wochenaufmacher. Die Frauenzeitschrift Cosmopolitan hat diese CD im Heft Juli 08 inklusive eines Interviews als Redaktionsempfehlung gebracht. Wichtige Themen einfach strukturiert und praktikable Tipps zeichnen diese 2 CD's aus.

[Zum Profil von Martin Sänger](#)