

### Vertriebsjob

Einsatz im Aussendienst (garantiert keine Akquise)



Google-Anzeigen

## Marketing / Vertrieb: 'Werte' verkaufen

[Meldung ohne Anzeigen?](#)

**Verkäufer stehen oft unter dem Druck über ihre Preise verhandeln zu müssen. Das gilt insbesondere für Investitionsgüter oder langlebige Gebrauchsgüter.**

(News4Press.com) Oscar Wilde Zitat dazu:

„Heute kennt man von allem den Preis und von nichts den Wert“

Es gibt eine Vielzahl von ‚guten Ratschlägen‘ - wie z. B: Fragetechniken, Gegenargumentation, usw. – wie man mit Käuferinwänden hinsichtlich des Preises umgeht. Wichtiger aber scheint mir aber von der leidigen Preisdiskussion weg zu kommen, hin zu einer ‚Werte‘-Diskussion.

Was ist ein Wert ? Wikipedia sagt: ‚Werte sind nicht messbar, sie unterliegen dem menschlichen Gefühl, Geschmack, der menschlichen Psychologie, aber auch der Erziehung und Sozialisation‘; technisch bedeutet es etwa: ‚den Geldbetrag oder andere Mittel, die als ein fairer Tausch für das angesehen werden, was man erhält‘.

Das zu kommunizieren sollte eigentlich nicht zu schwierig sein, aber so leicht ist es doch nicht.

Warum ? Dafür gibt es zwei Gründe:

1. Wert ist aus den Augen des Käufers zu sehen, nicht denen des Verkäufers - was sie als Wert ansehen, mag in den Augen des Käufers nicht wirklich ‚wert‘-voll sein. Eine Firma glaubt z. B: einen Vorteil zu haben, der dem Käufer wichtig ist, aber letztlich reicht es nicht. Was die Käufer als Wert ansehen und wofür sie dann letztlich auch bezahlen wollen, ist oft unbekannt. Was also wirklich ‚wertvoll‘ für Ihren Kunden ist, muss untersucht, hinterfragt, definiert und zielgerichtet und strategisch kommuniziert werden.

2. Käufer gehen immer davon aus, dass ein Wert vorhanden ist ... was sie wirklich wollen ist also eine Wert-Steigerung. Käufer glauben also, dass das, was sie für etwas bezahlen, ein ‚fairer Tausch‘ ist für das was sie erhalten. Sie gehen aber eigentlich sogar davon aus, dass das was sie erhalten mehr wert ist, als das was sie bezahlen. Wenn Sie Ihre Präsentation machen, ist es also wichtig, dass der ‚Zusatzwert‘ den Sie bieten, für ihn relevant, aber dennoch bereits in ihrem Preis enthalten, ist.

Diese Zusatzwerte müssen in Ihrer Botschaft besonders hervorgehoben werden, wenn Preisdiskussionen auf ein Minimum beschränkt werden sollen.

Denken Sie an diese beiden wichtigen Punkte:

- Ihr Wert muss für den Käufer relevant sein und
- es sollte möglichst ein außergewöhnlicher Zusatzwert sein, d. h. in dieser Art und Weise oder Kombination bieten nur Sie ihn an

... und das lässt sich oft relativ schnell in den eigenen Produkten finden und formulieren oder – gemäß

## Bewertung:

17 Punkte

Ist die Meldung interessant?

Ja

Nein

### Autor:

54 Meldungen!

**Power Interest:** Sehr Gut!

**Power Click:** 4658 Klicks

158435 Seitenimpressionen

[RSS](#)

[Media-Center](#)

[www.marketing-und-vertrieb-international.com/](http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/)

Google-Anzeigen

### Business-Seminare

Praxisnah, hochwertig, spezifisch: firmenintern oder offen...

[www.naa.de](http://www.naa.de)

### Vertrieb zu teuer?

Wir sparen Ihnen die Arbeit und helfen Ihnen bei der Akquise!

[www.dialogmacher.net](http://www.dialogmacher.net)

### PharmBlog

für Healthcare und Pharma Marketing  
Diskutieren Sie mit!  
[PharmBlog.doccheck.com](http://PharmBlog.doccheck.com)

### Online Werbung mit Google

Erreichen Sie Zielgruppen, die nach Ihren Produkten suchen:  
Anmelden!  
[AdWords.Google.de](http://AdWords.Google.de)

### Warum laufen Kunden weg?

Die Antwort finden Sie hier: Lust auf Kunden contra Kundenfrust  
[expert-team.biz](http://expert-team.biz)

der vorher durchgeführten Untersuchung – noch hinzufügen.

Daraus ergibt sich in vielen Fällen auch ein Wettbewerbsvorsprung und eine ‚Rezessions-Bremse‘

-----

Michael Richter – Internationaler Marketing- und Vertriebsberater – befasst sich seit mehr als 35 Jahren mit der strategischen Marketingplanung und Vermarktung der verschiedensten Investitionsgüter und langlebigen Gebrauchsgüter auf allen 5 Kontinenten. Die daraus resultierenden Kenntnisse und Erfahrungen bietet er seinen weltweiten Kunden an und macht sie in Marketing und Vertrieb erfolgreicher > durch ‚wert‘-volle Kontakte und Vorgehensweisen - insbesondere KMU. Daneben bietet er praktische Unterstützung, Coaching oder Firmenseminare an.

Michael Richter

Hauptstrasse 27

88422 Seekirch/Deutschland

<http://www.marketing-und-vertrieb-international.com> / = Marketing

<http://www.internationales-marketingkonzept.de> = Ländererfahrungen

[Michael.richter@marketing-und-vertrieb-international.de](mailto:Michael.richter@marketing-und-vertrieb-international.de)

Tel. 07582-933371, Fax 07582-933372