

Kommentar Verkaufstrainer Thomas Burzler über die Konsequenzen einer Vertriebsstrategie, die auf Rabatten basiert

Preis-Wert oder Mehr-Wert?

„Gerade bei Kleinunternehmen bedrohen Rabattschlachten ganz schnell die Existenz.“

Dillingen. Unternehmen können nur mit Gewinnen überleben. Sie werden jetzt sicher alle nicken und denken, das ist selbstverständlich – die Realität sieht aktuell leider anders aus. Quer durch die meisten Branchen, ob das nun Lebensmittelhändler, Kfz-Betriebe oder Reiseveranstalter sind, toben wahre Rabattschlachten. Gerade bei Kleinunternehmen und Mittelständlern bedrohen sie ganz schnell die Existenz. Man muss sich klar machen: Je nach Deckungsbetrag reduziert eine Preissenkung um 30% den Gewinn um 75% oder sogar mehr! Mit solchen Rabatten schaufeln Sie das Grab Ihres Unternehmens!

Der zweite, mindestens genauso wichtige Punkt: *Einfühlungsvermögen* für die Zielgruppe! Gerade in Autohäusern kann man sehr häufig beobachten, dass Verkäufer den Design-Liebhaber mit technischen Details langweilen und andersherum. Es geht nicht darum, was man selbst besonders gelungen findet. Ziel muss sein, die Lebensqualität des Kunden zu verbessern. Dazu sollten Vertriebsmitarbeiter die unterschiedlichen Menschentypen kennen. Psychologie ist ein immens wichtiges Werkzeug für den Verkaufserfolg. Manche Kunden wollen an die Hand genommen werden, andere sanft geführt. Machen Sie sich

mit den speziellen Bedürfnissen Ihres Kunden vertraut. Zeigen Sie ihm, dass Sie seine Wünsche kennen – manchmal, bevor er sie selbst kennt. Begeistern Sie ihn mit innovativen Ideen, die ihm helfen, seine Produktivität zu steigern.

Gerade in wirtschaftlich schweren Zeiten kann der immaterielle Nutzen, den der Kunde mit einem Produkt oder einer Leistung verbindet, den entscheidenden Kaufanreiz geben. Der Profitselling-Ansatz hat noch einen weiteren Vorteil: Im Gegensatz zum reinen Preismarketing werden mit der Mehrwert-Strategie langfristige, tragfähige Beziehungen zum Kunden aufgebaut.

Verkäufer müssen Einkäufer nicht lieben. Sie sollten aber auf Augenhöhe mit ihnen verhandeln und ihre Wünsche verstehen. Auch ein „Nein“ ist ok. Konzentrieren Sie sich auf die Projekte und Kunden, die zu Ihnen und Ihren Leistungen passen. So entsteht letztlich eine Win-Win-Situation. Verkäufer dahin bringen, dass sie den Kunden den Wert einer Leistung wirklich vermitteln können – das sehe ich als meine Mission an. Es geht dabei nicht um übermäßige Gewinne. Es sollte schlicht auch heute zu fairen Preisen verkauft werden, die es ermöglichen, Personal zu halten oder sogar neue Stellen zu schaffen.



Thomas Burzler ist Verkaufstrainer, Redner und Autor. www.thomas-burzler.de

Der Ausweg aus der Spirale

Wenn Sie Ihren Kunden als Hauptverkaufsargument den Preis nennen, dann werden sie – natürlich – den billigsten Anbieter wählen. Sie zwingen ihn geradezu dazu, indem Sie Ihr Produkt oder Ihre Leistung austauschbar machen. Der einzige Ausweg aus dieser ruinösen Preisspirale ist ein Vertrieb, der nicht über den Preis, sondern über den *Mehrwert* verkauft. Profitselling – also Verkaufen mit Gewinn – ist das Gebot nicht nur dieser Stunde! Schon ein um ein Prozent besserer Preis bedeutet bei 50 Mio. € Umsatz 500.000 € mehr Gewinn.

Wie könnte ein solcher Mehrwert aussehen und wie kann er den Kunden vermittelt werden? Für das „Mehr“, das Sie bieten, gibt es unzählige Möglichkeiten: Ein besonderer Service, ein perfekter Internetauftritt, Einkauf mit Eventcharakter, technische Ausgereiftheit oder exklusives Marken-Image... Die Grundlage des Profitsellings ist zunächst, dass Verkäufer die Vorzüge des Produkts, der Leistung, die sie vertreten, besser kennen als jeder andere. Selbstverständlich? Leider nein! Machen Sie sich eine Liste: Was unterscheidet Sie von Ihren Mitbewerbern, warum ist Ihr Preis gerechtfertigt?

FH Campus Wien Master Talk

Wien. Am 18. März lädt die FH Campus Wien zum gemeinsamen Infotag aller Studiengänge und zum Master Talk ein. Von 9 bis 20 Uhr erwarten die Besucher Infovorträge, Workshops und Hausführungen. Ab 17 Uhr richtet sich das Angebot mit dem Master Talk und anschließenden Infoveranstaltungen der Studiengänge speziell an Berufstätige und Master-Interessierte. Im Master Talk beurteilen dabei Experten aus Praxissicht, was das Masterstudium bringt, verspricht die Fachhochschule. Eine detaillierte Programmübersicht findet man unter: <http://www.fh-campuswien.ac.at>



40 Bachelor-, Masterstudiengänge und Masterlehrgänge stellen sich vor.



WACHSEN SIE MIT UNS. WACHSEN SIE ÜBER SICH HINAUS.

Als Mitarbeiter von JTI erwartet Sie ein junges, dynamisches Umfeld in einem ambitionierten, globalen Unternehmen. Wir erkennen Talente und honorieren Leistungen.

ARBEITEN FÜR JTI / AUSTRIA TABAK.

JTI umfasst den internationalen Tabakbereich von Japan Tobacco Inc., dem weltweit drittgrößten Tabakunternehmen und einem der Big Player der Branche. Mit Hauptsitz in Genf und über 80 Büros weltweit verkauft JTI seine Marken (u.a. Camel, Winston und Benson & Hedges) in mehr als 120 Ländern. Von Wien aus wird die Region Central Europe, die 18 Länder umfasst, geleitet. Seit 2007 gehört auch Austria Tabak zur JTI-Gruppe.

VIEL BEWEGEN. VISIONEN HABEN.

JTI ist ein internationaler Konzern, der seine Geschäftsaktivitäten in ethischer, transparenter und verantwortlicher Weise durchführt. In unserer Kultur zählen Visionen, und wir suchen beständig nach neuen Ideen. Wir schätzen Menschen, die den Mut haben, Dinge anders zu machen und ihre Ziele mit Enthusiasmus verfolgen. Und wir bauen auf die einzigartige Vielfalt unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Teamwork und eine positive Einstellung sind für den Erfolg unerlässlich.

DIE WELT IST DYNAMISCH. WIR AUCH.

Wir bieten Ihnen ein faires, transparentes Honorierungsprogramm. Wir unterstützen und koordinieren Ihre Weiterbildung: Mit zugeschnittenen Traineeprogrammen, weltweiten Praktika und Schulungen werden Sie fit für zukünftige Herausforderungen. Effiziente Führung und offene Kommunikation, Fairness und Teamwork schaffen die Grundlage für einen Job mit Perspektive.

WACHSEN SIE ÜBER SICH HINAUS.

Wir suchen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der richtigen Einstellung. Das Streben nach Wissen und Innovationen ist ein wichtiger Teil unserer Unternehmenskultur und für Sie die perfekte Basis um Ihre Kreativität einzubringen. Die Welt erfordert in ihrer Schnellebigkeit Menschen, die Mut haben, die Initiative ergreifen und strategisch denken. Mit JTI als Partner wachsen Sie über sich hinaus.

KONTAKT

Austria Tabak GmbH – A Member of the JTI Group of Companies
Koppstraße 116, 1160 Wien, Mail: Austria.HR@jti.com
www.jti.com