TopTipp Nr. 34: Einwände umwandeln

- Wie Sie Ihren Argumentationsspielraum erweitern -

Ich glaube, das hier ist der Klassiker unter den Einwänden:

"Das ist mir zu teuer." oder *"Das kostet zu viel."*

Wie gehen Sie damit um, wenn Ihnen ein solcher Einwand vorgetragen wird? Die Profis unter Ihnen werden sofort ein paar Fragen an den Kunden parat haben. Beispielsweise: "Also generell finden Sie den Preis schon ok, oder?" Damit wird das "mir" im ersten Beispiel aufgegriffen. Oder: "Wenn Sie sagen, das ist Ihnen zu teuer, womit vergleichen Sie denn unser Angebot?" Damit wird der in dem Wort "zu" enthaltene Vergleich angesprochen.

Alles gut. Alles ok. Und dennoch: Worüber reden Sie jetzt? Immer noch über den Preis, einmal in der Variante der persönlichen Einschätzung und das andere Mal als Vergleich zu Wettbewerbsangeboten. Aber es bleibt der Preis und darin liegt das Problem. Preisdiskussionen sind immer schwierig und häufig genug unerquicklich. Die Preise werden verteidigt, begründet, kleingerechnet und was es da sonst noch alles gibt.

Denken Sie doch mal über folgende Alternativen nach als Antwort auf den Preis-Einwand:

1) *"Sie haben recht, das Preis-Leistungs-Verhältnis muss natürlich stimmen."* Oder:

2) *"Ich sehe, Sie denken über die Rentabilität nach."*

Was passiert jetzt. Wird sich der Kunde gegen diese Antwort wehren? Wohl kaum. Worüber reden Sie jetzt? Über das Preis-Leistungs-Verhältnis bzw. die Rentabilität. Im ersten Fall setzen Sie dem Preis eine Leistung gegenüber, Sie können jetzt nochmals alle Ihre Leistungsparameter inklusive Nutzenargumentation in die Diskussion einbringen. Im zweiten Fall geht es um die Rentabilität, Sie können jetzt eine Rentabilitäts-Kalkulation aufstellen. Erkennen Sie den Vorteil? Sie reden nicht mehr über das sehr enge Thema Preis sondern über ein viel größeres Thema, in dem Sie weitaus mehr argumentativen Spielraum haben. Ihre Chancen, den Kunden zu überzeugen, sind dadurch erheblich gestiegen!

Das nennen wir, **den Einwand auf eine höhere Ebene zu stellen**. Von "Preis" auf "Preis-Leistungs-Verhältnis" oder "Rentabilität". Sie erweitern damit Ihren Verhandlungsspielraum und vermeiden, allein über den Preis sprechen zu müssen. Diese Kommunikationsstrategie funktioniert in vielen Bereichen (nicht nur im Verkaufsgespräch) und bei vielen Einwänden.

Weitere Beispiele für Einwände und passende höhere Ebenen (aus verschiedenen Bereichen):

- *"Zu langsam"* *"Dauert zu lange"* → Zeit ist Geld, Effizienz, Rentabilität
- *"Zu laut"* → Arbeitsbedingungen, Ergonomie, Erhaltung der Arbeitskraft
- *"Noch nie (schon immer) so gemacht"* → Kombination von Bewährtem mit Innovationen
- *"Bin skeptisch"* → Kalkulations-/Planungssicherheit, gegenseitige Verlässlichkeit
- *"Schwachstelle der Maschine"* → Zuverlässigkeit, Leistung, Produktionssicherheit
- *"Muss ich mir erst noch überlegen"* → Alle Aspekte sorgfältig abwägen
- *"Lange Anfahrtswege für den Service"* → Kontinuität in der Produktion
- *"Das ist ja der Mercedes unter den Alternativen."* → Qualität, Zukunftssicherheit

Sie sehen, es gibt eine ganze Reihe von verschiedenen Möglichkeiten, den Einwand auf eine höhere Ebene zu stellen.

Tipp: Schreiben Sie sich die 5 häufigsten Einwände auf, die Sie von Ihren Kunden/Gesprächspartnern immer wieder hören. Finden Sie zu jedem Einwand eine oder zwei Varianten für die höhere Ebene. Formulieren Sie daraus ganze Sätze und üben Sie.

Fangen Sie an. Viel Erfolg!

Steinkaut 12, 65 510 Hünstetten, Tel.: 0 61 26 / 5 76 74, Fax: 0 61 26 / 98 80 78
E-Mail: Dr.Labude@T-Online.de Internet: www.Labude-online.de