

## Management-Wissen

### Verkaufen ohne Rabatt

Egal, ob im Handwerksbetrieb, im Ladengeschäft oder im Großhandel, jeder Verkäufer kennt die Frage nach Rabatten. Selbst, wenn Verkaufsgespräche optimal laufen, wird am Ende noch versucht, einen Rabatt herauszuhandeln. Der Nürtinger Rhetoriktrainer Peter Flume nennt sieben Tipps, ein Geschäft abzuschließen ohne Nachlass geben zu müssen, wenn ein zuvor optimal geführtes Gespräch stattgefunden hat.

- **Lerne „Nein“ zu sagen:** Der Verkäufer lehnt die Rabattanfrage direkt mit einem klaren „Nein“ ab. Häufig werden Rabattanfragen nur deswegen gestellt, weil das zum Spiel gehört. Ein selbstbewusstes „Nein“ beendet dieses Spiel.
- **Rabatt an Leistung koppeln:** „Ich kann Ihnen einen Preisnachlass geben, allerdings nur indem wir das Paket um die folgende(n) Position(en) kürzen. Was meinen Sie dazu?“ Diese Technik lässt beide Seiten als Gewinner aus dem Gespräch hervorgehen.
- **Wechsel in die Beziehungsebene:** Der Verkäufer stellt das Gespräch selber in den Mittelpunkt: „Bitte sagen Sie mir, was in meiner Beratung schlecht war, so dass Sie einen Rabatt als einziges Kriterium heranziehen?“ Mit dieser Strategie wird der Kunde auf der Beziehungsebene angesprochen. Er muss nun in Bezug auf den Menschen und nicht auf die Sache reagieren. Vielen fällt es in dem Augenblick schwer, die passenden Worte zu finden.
- **Betroffenheit auslösen:** „Was machen Sie beruflich? ... Und wenn ich da zu Ihnen komme und sage, ich hätte gerne zehn Prozent Rabatt auf die Versicherungsprämie/das Auto/die Pizza, dann würden Sie immer ja sagen?“ Indem der Verkäufer den Wunsch des Kunden in dessen berufliches Umfeld verlegt, wird die Bedeutung der Anfrage zu einem persönlichen Dilemma. Antwortet der Kunde mit „Ja“, dann könnte er darauf festgelegt werden, antwortet er mit „Nein“, führt er seine eigene Anfrage ad absurdum.
- **Übertreibung ins Absurde:** „Gut, dass Sie fragen. Allerdings sollten Sie nicht nur fünf Prozent fordern, sondern zwanzig oder besser gleich dreißig. Sie wollen doch nicht von ihren Freunden am Stammtisch ausgelacht werden.“ Ziel ist

es, dem Kunden klar zu machen, dass Rabatte unseriös sind und sich darauf kein guter Service aufbauen lässt, der nicht irgendwann und irgendwo noch billiger zu haben ist. Generell muss die Übertreibung entspannt und in netter Tonlage vorgetragen werden, damit man miteinander darüber lachen kann. Mit dem Lachen löst sich die Spannung und es lässt sich eine Einigung erzielen oder inhaltlich weiter diskutieren.

- **Woanders billiger:** Der Kunde fordert einen Rabatt, weil er die gleiche Leistung angeblich woanders günstiger erhält. Hier sollte der Verkäufer über Rückfragen abklären, ob die Leistung tatsächlich in allen Bereichen – auch den kleinen Dienstleistungen um das eigentliche Angebot herum – identisch ist. Wenn nein, lässt sich der Rabatt ablehnen. Wenn ja, sollte er die Frage stellen, warum der Kunde dann nicht bereits bei dem günstigeren Anbieter gekauft hat. Aus der Antwort des Kunden ergeben sich neue Ansatzpunkte für das Gespräch.
- **Das Rollenspiel:** Der Verkäufer unterbricht das Gespräch für einen Moment und spricht – für den Kunden hörbar – mit einem Kollegen den Fall durch. Der Kollege muss deutlich Gründe für die Ablehnung formulieren. Der Verkäufer setzt sich für den Kunden ein. Und spielt Möglichkeiten als Fragen an den Kollegen durch. Anschließend kommt der Verkäufer zum Kunden zurück, lehnt die Rabattanfrage begründet ab und bietet ihm von sich aus noch eine kleine persönliche Dienstleistung als „Goodie“ an. Ziel dieses Vorgehens ist es, dem Kunden maximales Engagement für dessen Anliegen zu zeigen und damit deutlich zu machen, dass nichts möglich ist.

#### Zur Person:

Peter Flume (44) hat am Lehrstuhl von Walter Jens in Tübingen Rhetorik studiert. Mit seiner Firma Rhetoflu coacht er Nürtinger Führungskräfte von Großfirmen, aber zunehmend auch Mittelständler. Verkaufssituationen und Messetrainings sind Schwerpunkte seiner Arbeit. Der siebenfache Buchautor ist Dozent der Uni Hildesheim.

Peter Flume  
Tel. (07022) 50295-21  
Fax:(07022) 2507-87  
info@rhetoflu.com  
www.rhetoflu.com