FÜR B2B-VERKAUFSPROFIS

Bevor Sie in die nächste Einkaufsverhandlung starten: Nachher ist es zu spät.

Fünf Gründe, warum ein Sparring mit einem Profi von der Gegenseite Ihre Marge schützt, bevor der Einkäufer am Tisch sitzt. Mit Problem, Auswirkung, Lösung und Beispielrechnung in Euro zu jedem Punkt.

Urs P. Altmannsberger
Verhandlungstrainer & ehemaliger Einkaufsleiter

+49 151 16779000
www.training-verkauf-einkauf.de

FÜR B2B-VERKAUFSPROFIS

Warum Sie sich vor wichtigen Preis- und Konditionsverhandlungen mit einem Einkaufsexperten abstimmen sollten

Fünf Gründe, warum ein Sparring mit der Gegenseite Ihre Marge schützt, bevor der Einkäufer am Tisch sitzt.

✓4 Seiten Praxiswissen ✓Mit Euro-Beispielrechnung ✓Vom ehemaligen Einkaufsleiter

> Der Einkäufer bereitet sich auf Sie vor. Er kennt seine Taktiken, seine Hebel und seine Alternativen genau. Die meisten Verkäufer gehen ohne diese Gegenperspektive in die Verhandlung. Das kostet Marge, jedes Jahr, bei jedem Abschluss.

1 So drehen Sie das Preis-Runter-Gespräch um

Der Einkäufer eröffnet fast immer mit Druck auf den Preis. Wer sofort reagiert, verliert die Führung im Gespräch. Ein Einkaufsexperte kennt diese Taktik von innen und zeigt Ihnen, wie Sie das erste Preissignal umdrehen und den Mehrwert Ihres Angebots in den Mittelpunkt stellen. So verkaufen Sie mehr, statt Nachlass zu geben.

2 Konter-Sprüche ersetzen keine Strategie

„Wir können die Nullen ausmalen" klingt schlagfertig. Es hilft nur über den ersten Preisstress hinweg, genauso wie ein Wäscheseil einen Tanker im Sturm nicht am Anker hält. Ein Einkaufscoach ersetzt Sprüche durch eine belastbare Methodik, die auch bei hartem Nachfassen trägt.

3 Objektive statt ängstliche Machteinschätzung

Menschen sind von Natur aus vorsichtig und geben unter Druck zu schnell nach. Die innere Stimme schätzt die eigene Verhandlungsmacht meist zu niedrig ein. Ein Einkaufsprofi kennt die Perspektive der Gegenseite genau und ordnet Ihre Position objektiv ein, nicht so, wie die Sorge sie vermutet.

4 Nicht jeder Preis-Einwand ist ein Preis-Problem

In acht von zehn Fällen entscheidet nicht der Preis. Trotzdem wird der Preis verhandelt, weil er der einfachste Hebel für den Einkäufer ist. Gute Verkäufer brauchen eine Methode, um die zwei echten Preisfälle von den acht scheinbaren zu unterscheiden, statt bei jedem Einwand automatisch nachzulassen.

5 Jedes Zugeständnis ohne Gegenleistung kostet doppelt

Rabatt ohne Gegenleistung schwächt nicht nur die aktuelle Marge. Er setzt einen Präzedenzfall für die nächste Verhandlung, in der Kunde und Einkäufer genau daran anknüpfen. Ein Einkaufsexperte zeigt Ihnen, wie Sie aus jedem Zugeständnis überproportional mehr herausholen, als es den Kunden kostet, statt Marge Schritt für Schritt gegen eine bloße Gegenleistung zu tauschen.

Warum Urs Altmannsberger der richtige Sparringspartner ist

Urs Altmannsberger kennt die Gegenseite, weil er selbst jahrelang Einkaufsleiter in einer margenknappen Branche war. Er verhandelt bis heute aktiv, im Einkauf und im Verkauf. Diese doppelte Perspektive unterscheidet ihn von klassischen Vertriebstrainern.

- **Doppelperspektive Einkauf und Verkauf.** Er kennt beide Seiten des Tisches aus echter Verhandlungspraxis, nicht aus der Theorie.
- **Eigene Methoden statt Standardfolien.** Der Altmannsberger Anker, der Mauertest und die Detektivtechniken sind eigene Entwicklungen, bis auf Formulierungsebene erprobt.
- **Autor von „Profitabler Einkauf" und „Profitabler Verkauf".** Seine Methoden sind dokumentiert und nachvollziehbar, keine erfundene Story.
- **Kein Motivationstraining.** Struktur und systematisches Vorgehen entscheiden, keine Show.

Bereiten Sie Ihre nächste Preisverhandlung mit der Gegenperspektive vor

Mittwochs-Hotline oder persönliches Sparring, direkt buchbar.

Termin sichern

ua@altmannsberger.eu · +49 151 16779000

1 So drehen Sie das Preis-Runter-Gespräch um

PROBLEM

Der Einkäufer eröffnet die Verhandlung fast immer mit Druck auf den Preis, oft schon in der ersten Minute. Viele Verkäufer reagieren reflexhaft und bieten von sich aus einen ersten Nachlass an, bevor überhaupt über Wert gesprochen wurde.

AUSWIRKUNG

Wer den ersten Preisdruck unbeantwortet lässt, verliert die Gesprächsführung für den Rest der Verhandlung. Jeder weitere Schritt des Einkäufers baut auf diesem frühen Erfolg auf. Die Marge sinkt, bevor der eigentliche Wert des Angebots überhaupt zur Sprache kommt.

LÖSUNG MIT URS ALTMANNSBERGER

Urs Altmannsberger trainiert Verkäufer darin, das erste Preissignal gezielt umzulenken, statt sofort zu reagieren. Als ehemaliger Einkaufsleiter kennt er die Eröffnungstaktik aus eigener Praxis und zeigt, mit welcher Gesprächsführung Sie den Fokus zurück auf Wert und Nutzen bringen, bevor über Zahlen gesprochen wird.

NUTZEN IN EURO · BEISPIELRECHNUNG

Auftragswert 250.000 €. Ohne trainierte Gegenreaktion typischer Einstiegsnachlass von 4 % gleich zu Beginn des Gesprächs, entspricht 10.000 €. Mit gezielter Gesprächsführung reduziert sich der frühe Nachlass auf 1 %, entspricht 2.500 €.

Ersparnis pro Auftrag: 7.500 €

Beispielrechnung zur Veranschaulichung, keine Zusicherung eines bestimmten Ergebnisses. Reale Werte hängen von Auftragsgröße, Branche und Ausgangslage ab.

2 Konter-Sprüche ersetzen keine Strategie

PROBLEM

Viele Verkäufer haben einzelne schlagfertige Sprüche parat, aber keine durchgehende Argumentationslinie. Beim ersten Nachfassen des Einkäufers wirkt der Spruch, beim zweiten oder dritten Nachfassen bricht die Position in sich zusammen.

AUSWIRKUNG

Der Einkäufer bohrt gezielt nach, weil er weiß, dass die erste Reaktion oft nicht durchgehalten wird. Genau an diesem Punkt entstehen die größten Nachlässe, meist deutlich höher als beim ersten Preisdruck.

LÖSUNG MIT URS ALTMANNSBERGER

Urs Altmannsberger ersetzt einzelne Sprüche durch einen mehrstufigen, belastbaren Verhandlungs-Ablaufplan. Dieser trägt auch bei hartnäckigem Nachfassen, weil er auf echten Verhandlungsmechanismen aufbaut und nicht auf einzelnen Formulierungen.

NUTZEN IN EURO · BEISPIELRECHNUNG

10 Preisverhandlungen pro Jahr, durchschnittlicher Auftragswert 80.000 €. In 6 von 10 Fällen bricht die Anfangsargumentation beim zweiten Nachfassen zusammen und führt zu einem zusätzlichen Nachlass von 2 %, entspricht 1.600 € pro Fall.

Vermeidbarer Jahresverlust: rund 9.600 €

Beispielrechnung zur Veranschaulichung, keine Zusicherung eines bestimmten Ergebnisses. Reale Werte hängen von Auftragsgröße, Branche und Ausgangslage ab.

Fragen zu Ihrer nächsten Preisverhandlung?
Mittwochs-Hotline, kostenfrei und direkt buchbar.

Hotline buchen

3 Objektive statt ängstliche Machteinschätzung

PROBLEM

Verkäufer schätzen ihre eigene Verhandlungsmacht in der Praxis häufig zu niedrig ein. Das liegt in der menschlichen Natur, wir sind vorsichtig und geben unter Druck schneller nach, als es die tatsächliche Lage erfordern würde.

AUSWIRKUNG

Eine gute Ausgangslage, etwa ein Alleinstellungsmerkmal, ein Lieferengpass beim Wettbewerb oder ein enger Zeitplan auf Kundenseite, wird nicht genutzt. Der Verkäufer verhandelt gegen ein Risiko, das objektiv gar nicht in diesem Ausmaß besteht.

LÖSUNG MIT URS ALTMANNSBERGER

Urs Altmannsberger spiegelt die Sicht des Einkäufers, weil er sie aus eigener Praxis als früherer Einkaufsleiter kennt. Er ordnet die reale Verhandlungsmacht objektiv ein, unabhängig von der inneren, oft zu vorsichtigen Einschätzung des Verkäufers.

NUTZEN IN EURO · BEISPIELRECHNUNG

Auftragswert 300.000 €. Verkäufer setzt seine Preisuntergrenze innerlich bei 92 % des Zielpreises an. Die tatsächliche Schmerzgrenze des Einkäufers liegt objektiv bei 97 % des Zielpreises, eine Differenz von 5 Prozentpunkten.

Zusätzlich erzielbares Ergebnis: 15.000 €

Beispielrechnung zur Veranschaulichung, keine Zusicherung eines bestimmten Ergebnisses. Reale Werte hängen von Auftragsgröße, Branche und Ausgangslage ab.

4 Nicht jeder Preis-Einwand ist ein Preis-Problem

PROBLEM

In acht von zehn Fällen entscheidet nicht der Preis über den Auftrag. Trotzdem wird fast jeder Einwand als Preiseinwand behandelt, weil er der einfachste Hebel für den Einkäufer ist und der Verkäufer keine Methode zur Unterscheidung hat.

AUSWIRKUNG

Rabatte werden gewährt, obwohl der eigentliche Einwand ein Bedarfs-, Risiko- oder Zeitpunkt-Thema war. Der Preis sinkt, das eigentliche Anliegen des Kunden bleibt aber unbeantwortet und taucht in der nächsten Runde erneut auf.

LÖSUNG MIT URS ALTMANNSBERGER

Urs Altmannsberger vermittelt eine klare Methode, um die zwei echten Preisfälle von den acht scheinbaren zu unterscheiden. Verkäufer erkennen so, wann tatsächlich über Zahlen verhandelt werden muss und wann ein anderes Thema hinter dem Einwand steckt.

NUTZEN IN EURO · BEISPIELRECHNUNG

20 Preiseinwände pro Jahr, durchschnittlicher Auftragswert 60.000 €. In rund 16 Fällen liegt kein echtes Preisproblem vor. Wird nur die Hälfte dieser Fälle korrekt erkannt und ein durchschnittlicher Nachlass von 4 % vermieden, entspricht dies 2.400 € pro Fall.

Vermeidbares Volumen: rund 19.200 € pro Jahr

Beispielrechnung zur Veranschaulichung, keine Zusicherung eines bestimmten Ergebnisses. Reale Werte hängen von Auftragsgröße, Branche und Ausgangslage ab.

Unsicher, ob Ihr nächster Einwand ein echtes Preisthema ist?
Klären Sie es vorab in der Mittwochs-Hotline.

Hotline buchen

VERTIEFUNG PUNKT 5

5 Jedes Zugeständnis ohne Gegenleistung kostet doppelt

PROBLEM

Rabatt wird häufig gewährt, ohne dass der Kunde im Gegenzug etwas Gleichwertiges liefert. Und selbst wenn eine Gegenleistung vereinbart wird, etwa eine höhere Abnahmemenge oder eine frühere Zahlung, bleibt der Tausch oft eins zu eins. Der Verkäufer gibt Marge, der Kunde gibt eine Kleinigkeit zurück.

AUSWIRKUNG

Ein einfacher Tausch schützt zwar kurzfristig die Optik der Verhandlung, verändert aber am Jahresende wenig. Der eigentliche Hebel bleibt ungenutzt. Ohne eine bewusst asymmetrische Verhandlung verschenkt der Verkäufer genau den Teil, der den größten wirtschaftlichen Unterschied machen würde.

LÖSUNG MIT URS ALTMANNSBERGER

Urs Altmannsberger geht über das reine Koppeln von Zugeständnis und Gegenleistung hinaus. Er zeigt, wie Sie aus jedem Zugeständnis überproportional mehr herausholen, als es den Kunden kostet, etwa eine für den Kunden kleine Zusage, die für Sie einen deutlich höheren Wert hat. So wächst der eigene Ertrag, während der Kunde das Gefühl behält, etwas bekommen zu haben.

NUTZEN IN EURO · BEISPIELRECHNUNG

Kunde mit 200.000 € Jahresvolumen. Einmaliger Rabatt von 3 % ohne Gegenleistung entspricht 6.000 € im ersten Jahr. Wird dieser Rabatt stillschweigend zur neuen Basis für die Folgejahre, wiederholt sich der Verlust.

Dauerhafter Effekt über 3 Jahre: rund 18.000 €

Beispielrechnung zur Veranschaulichung, keine Zusicherung eines bestimmten Ergebnisses. Reale Werte hängen von Auftragsgröße, Branche und Ausgangslage ab.

Bereiten Sie Ihre nächste Preisverhandlung mit der Gegenperspektive vor

In der Mittwochs-Hotline besprechen Sie Ihren konkreten Fall direkt mit Urs Altmannsberger, ehemaliger Einkaufsleiter und Entwickler des Altmannsberger Ankers. Kostenfrei und ohne Vorbereitungsaufwand.

Jetzt Hotline-Termin sichern

https://api.leadconnectorhq.com/widget/bookings/urs-hot · ua@altmannsberger.eu · +49 151 16779000