



Hans-Uwe L. Köhler

... Menschen begeistern!

Internationaler Verkaufstrainer

Experte für emotionale Kommunikation

ExpertMember im Club 55

GermanSpeakersAssociation Hall of Fame

BDVT Award of Excellence in Communication

Richtig durchsetzen:
VerkaufsStrategien
mit
MehrWert!

So ein kleiner Satz:
Es gibt keinen objektiven Preis.

Preise sind reine
Psychologie,
deshalb ist ihnen auch
faktisch nicht
beizukommen.

Deshalb gilt:
Allein
die Einstellung macht's!

Die **Höll**e

auf Erden ist der
Vergleich!

Kennen Sie diese
Werbung?

„Für mich das
zweitbeste Steak und für
meine Frau den
zweitbesten Fisch!“

Eine **ROLEX** ist
keine Uhr

Eine **ROLEX** ist
keine Uhr
ein **MINI** kein Auto

Eine **ROLEX** ist

keine Uhr

ein **MINI** kein Auto

eine *Harley* kein

Motorrad...



Entwickel die Lust, sich
in Details des eigenen
Produktes zu

verlieben!

Wir müssen den Werte-
Wettbewerb gewinnen!

Die Menschen haben
Geld genug, sie geben
es nach einem speziellen
Wertesystem aus!

Begehrens- Wert

Preis-Wert

Wert-Voll

Begehrens-Wert

Preis-Wert

Wert-Voll

Begehrens-Wert

Preis-Wert

Wert-voll

Die Logik des hohen
Preises:

Wer keine Gewinne
macht, hat bald nichts
mehr zu verlieren!

Absoluter Tiefstpreis

ALDI
nichts mehr
wegzunehmen

DAS SCHNÄPPCHEN

zeitlich oder
mengenmäßig begrenzt

Low-Budget- Preis

einfach,
zweckmäßig
ausreichend

Normal-Preis

...gibt's schon!

Durchschnitt auf der
ganzen Linie!

Plus-Preis

Emotional überraschend!

LUXUS

Da ist nichts zu zu
sagen!

EGONOMICS

Wie für mich gemacht!

Es geht nicht darum,
teuer zu verkaufen –
es geht um
Wertschöpfung!

Nutzen?
Mach Deinen Kunden
reich!

Sind wir nicht alle ein
bißchen ALDI-
Und das ist extrem
gefährlich!

Falscher Weg:
Preise senken

Besser:
Werte erhöhen!

Nachlässe:
**Der Nachlass setzt
den Tod voraus.**

Nachlässe:
**Kommen Sie niemals
entgegen!
Fordern Sie!**

Nachlässe:

Niemals:

15%!

Besser:

827,56 €

Nachlässe:

Bei einem Gewinn von

5%

und Rabatt von

2%

Gewinnverlust:

40%

Geht es seit
Herrn Lopez
irgend jemandem
besser?

Preise nicht bezahlen
Werte missachten
Zynismus!

Falle:

begründen
rechtfertigen
erklären
verteidigen

Besser:
präsentieren

**„... das muss
man erst mal
entdecken!“**

Besser:

begeistern

**„Gönnen Sie
sich doch den
Hit!“**

Besser:

überrollen

**„Teuer – klar,
Sie haben Recht,
das sagen alle!“**

Besser:

verstärken

**„schweineteeur
& saugut!“**

Ein super
Produktmerkmal
Ist noch kein Grund für
einen guten Preis!

Das Streben nach
Geltung und
Anerkennung

Das Bedürfnis nach

Sicherheit

Das Erwerben von

Besitz

Die Befriedigung
der ständigen

Neugier

Die Suche nach
Anlehnung
und Kontakt

Der Erhalt der eigenen
Gesundheit

Der Wunsch nach
Bequemlichkeit

Die Sehnsucht nach

Liebe

Kunden wollen
Hoch-Gefühle
kaufen!

Christian Mikunda

GLORY

Das Erhabene



Joy

Der Freudentaumel



POWER

Die Kraftstärke



Bravour

Die Raffinesse



Desire

Die Begierde



Chill

Das Entspannende



Raffaello Quaglio
2006

INTENSITY

Die Verzückung



Richtig durchsetzen:
VerkaufsStrategien
mit
MehrWert!