

Wie Sie erfolgreich Preise und Konditionen verkaufen!

Kaum ein Kundenkontakt vergeht im Verkaufsaltag, bei dem nicht das heikle Thema Preise /Konditionen / Zinssätze /Gebühren angesprochen wird. Für viele Bankverkäufer ist dies noch immer ein Reizthema und sie verhalten sich manchmal unprofessionell und ungeschickt. Aus einem harmonischen Kundengespräch wird dann oft plötzlich eine harte Konfrontation. Das verhindert eine für den Kunden und die Bank vernünftige Lösung und endet oft mit dem Nichtzustandekommen des Geschäftes oder sogar mit dem Verlust des Kunden.

Das Thema Preis und Konditionen ist aktuell und gewinnt weiter an Bedeutung. Die Kunden werden preissensibler und preisempfindlicher. Daher muss das Preisgespräch immer wieder geübt und geschult werden. Mit der richtigen Argumentation wird der Verkäufer selbstsicher und mit einer positiven Einstellung zum Preisgespräch wird er schnell preissicherer. Das sind die Schwerpunkte dieses Verkäufertages speziell:

- > So gewinnen Sie Kunden, die für immer bei Ihnen bleiben!
- > Exzellente Service- und Beratungsqualität gibt Ihnen Preisspielraum!
- > Agieren Sie sicher und erfolgreich im Preis- und Konditionsgespräch!
- > Sichern Sie sich Gewinne durch begeisterte Stammkunden

Das Programm

1. Vor dem Preisgespräch:

- >Warum sind manche Verkäufer erfolgreicher als andere?
- >Warum soll ein Kunde Sie und Ihre Bank wählen? Was bieten Sie Besonderes?
- >Was erwarten Kunden von Ihrer Bank und warum wechseln sie?
- >Servicequalität ist die wichtigste Differenzierungsmöglichkeit
- >Jeder Kundenkontakt ist ein Augenblick der Wahrheit
- >Kennen Sie Ihre Kunden? Von über 50 Prozent Ihrer Kunden wissen Sie zu wenig
- >Vom Produktverkauf zum bedarfsorientierten Verkaufen
- >Kundenbetreuung mit System und Konsequenz
- >Sie brauchen in Zukunft keine zufriedenen, sondern begeisterte Kunden
- >Wichtige Phasen des Verkaufsgesprächs

2. Das Preisgespräch:

- >Die Bedeutung von Preisgesprächen
- >Warum „verhandeln“ Kunden um den Preis?
- >Wann ist der beste Zeitpunkt für die Preisangabe?
- >Der Preis und die Leistung: Welche Wertigkeit hat der Preis für den Kunden?
- >Der Preis und die Sprache: Wie formulieren Sie effizient?
- >Das Relativieren von Preisen: Wie argumentieren Sie positiv?
- >Vergleiche mit anderen Anbietern (Kreditinstitute, Direktbanken)
- >Unterschiedliche Kunden bedeuten unterschiedliche Argumentation
- >Die 4 Kundentypen: „Macher“, „Unterhalter“, „Helfer“ und „Buchhalter“

3. Nach dem Preisgespräch:

- >Mit dem Abschluss beginnt eigentlich erst das Verkaufen
- >Maßnahmen zur Kundenbetreuung und langfristigen Kundenbindung
- >Welche Kontaktchancen zum Kunden nutzen Sie?
- >Welche verkaufsfördernden Aktivitäten helfen Ihnen?
- >Wie kann ein Bankverkäufer noch erfolgreicher werden?
- >Was bewirkt die persönliche Zielsetzung?