

## Trainerimpuls



Michael Podlunsek

Wir wissen alle, wie viele Tage wir gelebt haben, jedoch nicht, wie viele wir erleben werden. Arbeite, als ob Du ewig leben würdest, lebe, als ob Du morgen sterben könntest! (Rosemarie Schuder)

### Kurzportrait

- geboren 1968, seit 1997 in der Erwachsenenbildung tätig
- Ausbildung nach Dualem System, anschließend Prädikatsabschluss zum „Fachkaufmann für Marketing“ in nur sieben Monaten
- ausgesprochene Führungs- und Vertriebs Erfahrung: Innendienstleiter, Verkaufsleiter und Key Account Manager in Konzernen
- mehrere Trainingslizenzen im Bereich DISG Persönlichkeitsentwicklung, Systemischer Organisationsberater und Coach

### Kernkompetenzen & -themen:

- Neuaquisitionen und Telefonverkauf
- Preisverhandlungen und Abschlusstechniken
- Entwicklung von Vertriebspersönlichkeiten

### Ihre erste Wahl, wenn:

- Sie für sich oder Ihre Mitarbeiter sicherstellen wollen, dass Sie Ihre Pricingmodelle und Preisvorstellungen beim Kunden immer realisieren können
- Mehr Kompetenz und Gelassenheit in Preisverhandlungen erzielen möchten
- lernen wollen, wie Sie Noch-nicht-Kunden zu Stammkunden machen
- Sie ein 'Verkäufer mit Leidenschaft' und stolz darauf sein wollen.

### Auszug aus seinen Referenzen:

- Audi AG, Ingolstadt
- BASF Services Europe GmbH, Berlin
- EnBW AG, Karlsruhe
- Henkel KGaA, Düsseldorf
- Messe Berlin GmbH, Berlin
- SAP Systems Integration AG, Berlin

Hier stellen wir Ihnen immer die besten Experten aus dem 'Trainer-Pool' der go! Akademie vor. Diesmal sehen Sie, was Michael Podlunsek für Ihr Unternehmen tun kann.

## Michael Podlunsek: Gelassen zum Erfolg in Preisverhandlungen

Für viele Vertriebsmitarbeiter der blanke Horror: Preisverhandlungen. Entweder geben sie viel zu schnell Rabatte und Nachlässe, oder aber sie zeigen keinerlei Nachgiebigkeit und vergrätzen damit den Kunden, der nur ein kleines bisschen „gewinnen“ und seine eigene Pffiffigkeit bewiesen haben will. Wie immer liegt der Erfolg in der angemessenen Reaktion auf die Entwicklungsschritte der jeweils aktuellen Verhandlungssituation. Denn auch ein schnell gegebener Rabatt befriedigt weder den Verkäufer noch den Kunden, der sofort denkt, er hätte wohl noch mehr rausholen können. Damit entwertet der Verkäufer nicht nur seine Position, sondern auch das Produkt und letztlich „die innere Befriedigung“ des Kunden!

### Die vier „preiswürdigen“ Aspekte

Der Kunde ermittelt seine (innere) Bestimmung des (für ihn angemessenen) Preises unter Berücksichtigung der folgenden Aspekte:

#### Das Produkt oder die Dienstleistung

- Grundnutzen: Einsatzzweck der Dienstleistung oder des Produktes
- Zusatznutzen: Anmutung aus Sicht des Kunden, psychologischer Nutzen für den Kunden

#### Der Service

- Qualität und Wertigkeit des Services rund um das verkaufte Produkt/die verkaufte Dienstleistung

#### Person des Verkäufers/der Verkäuferin

- Das Auftreten des Vertriebsmitarbeiters, Optik, Mimik, Gestik
- Passung zum Kunden, Überzeugungskraft, Rhetorik, Gewandtheit

#### Das Unternehmen

- Was steuert das Unternehmen bzgl. Image/Reputation, Sicherheit, Perfektion, Qualität und Stimmigkeit der Produkte zum Verkauf bei?

Entscheidungskriterium: Die Verkäuferpersönlichkeit ist ausschlaggebend für den Kauf und für die Umsetzung von adäquaten Preisen; dies direkt auf drei Ebenen:

- 1: Darstellen des Zusatznutzens aus dem Produkt heraus
- 2: Überzeugungskraft, der adäquate Partner zu sein
- 3: Gestalterkraft im eigenen Unternehmen, das Leistungsversprechen „Service“ einzuhalten.

Dies sind die Stellschrauben, an denen Sie drehen können, um Preisverhandlungen nach Ihrem Gusto zu gestalten!

Nehmen Sie direkt Kontakt auf mit Michael Podlunsek über die Plattform 'Trainer-Pool' der go! Akademie für Führung und Vertrieb: [experten@go-akademie.com](mailto:experten@go-akademie.com), Tel. 0211 – 9 66 66 45.

Er freut sich auf Ihre Fragen und Anregungen!