



PREISVERHANDLUNGEN BEIM MÖBELVERKAUFEN

EINFACHE PRINZIPIEN FÜR MEHR VERHANDLUNGSERFOLG:

Hart in der Sache – aber bitte weich zu den Menschen!

Im zarten Alter von 27 Jahren durfte ich in Russland und in Litauen Geld eintreiben – eine wunderbare Lektion in Verhandlungsführung. Meine Verhandlungspartner waren dabei nicht arme Opfer von Haustürgeschäften, sondern Banken, die meiner Firma, der Thomas Cook Financial Services Ltd., sechsstellige Dollarsummen schuldeten und fast pleite waren.

Es handelte ich um klassische Verhandlungssituationen: keine Seite konnte eine Lösung erzwingen.

Ein Abbruch der Verhandlungen hätte für beide Seiten negative Folgen gehabt: für meine Firma einen Totalverlust und für die Bank die Eröffnung des Insolvenzverfahrens, das bei der finanziellen Lage immer in einem Sturm auf die Bank und damit im Aus für die Bank geendet hätte.

Ich konnte aber nichts erzwingen und auch niemanden wirklich verprellen, denn ich war alleine und die Gegenseite verfügte über bewaffnete Wächter. Die Bankpräsidenten wollten sich aber auch möglichst nicht den Ruf mit internationalen Investoren verderben.

Verhandlungen haben nur Zweck, wenn beide Seiten etwas zu gewinnen oder zu verlieren haben.

Merke: Wenn die Macht zu ungleich verteilt ist, ist es keine Verhandlung sondern Erpressung!

Wenn man in solchen Fällen am kürzeren Hebel sitzt, sollte man möglichst schnell abrechnen und weglaufen.



PREISVERHANDLUNGEN BEIM MÖBELVERKAUFEN

Da ich zum Verhandeln losgeschickt wurde, machte ich mich möglichst schnell schlau:

Was brauche ich, um in Verhandlungen erfolgreich zu sein?

Das beste Buch über Verhandlungsführung ist *„Getting To Yes“* von William Ury und Roger Fisher (oder die Fortsetzung: *„Das Harvard-Konzept“*). Das Wichtigste bei Verhandlungen, lernte ich dort, ist eine *BAVE*:

BESTE ALTERNATIVE ZU EINER VERHANDELTEN EINIGUNG

Das heißt: Bevor ich in eine Verhandlung gehe, muss ich wissen, unter welchen Umständen ich den Verhandlungstisch auch ohne Ergebnis zu verlassen bereit bin.

Wo liegt meine absolute „Schmerzgrenze“?

Wer ohne diese klare Grenze in eine Verhandlung geht, wird über den Tisch gezogen und an die Wand gedrängt. Die Gegenseite fühlt, dass es keine klare Widerstandslinie gibt und drückt immer weiter.

Bei jeder Verhandlung brauchen wir eine BAVE!

Wie weit sind wir bereit zu gehen und was passiert, wenn wir dort angekommen sind?



Verhandlungspartner, die mit der Einstellung *„Ich gehe halt so weit, wie ich gehen muss“* in die Verhandlung gehen, gehen am Ende wesentlich weiter, als sie müssten. Der römische Feldherr, so geht die Legende, ließ die Lan-

dungsflotte seiner Männer verbrennen, so dass Sie siegen mussten. Denn weiter als bis zur Wasserlinie konnten sie nicht zurück!



PREISVERHANDLUNGEN BEIM MÖBELVERKAUFEN

In den letzten Jahren hatte ich die Möglichkeit, in vielen Möbelhäusern die Preispolitik und Preisverhandlung zu beobachten.

Die Erfolgreichsten waren die, die für die Verhandler glasklar definierte und auf keinen Fall zu übertretende Verhandlungsspielräume definierten. Das Möbelhaus in dem ich am meisten lernen durfte, liegt in Mitten der härtesten Konkurrenz, die man sich vorstellen kann. Zu allem Überfluss kalkuliert es auch noch wesentlich höher als alle Nachbarn. Trotzdem kommen die Zweiten Gesichter mit 3 – 5 % Nachlass in 90 % der Fälle hin. In den übrigen 10 % der Fälle holen die Verkäufer halt den Hausleiter.

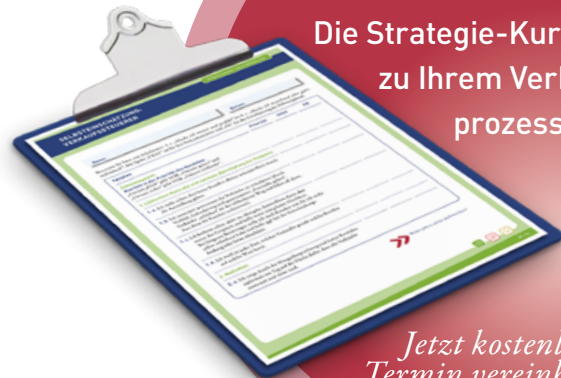
Möbelhäuser mit der Politik „*Alles zu tun, um den Kunden zu schreiben*“ haben die größten Probleme mit Preisverhandlern, da die Verhandler am schwächsten auftreten. Sie schieben die Schuld aber immer auf die Konkurrenz und die Kunden und suchen sie nie in der fehlenden Strategie.

Was folgt daraus? Definieren Sie klare „*Todeszonen*“ und zwar für alle Hierachiestufen, vom Verkäufer über Abteilungs- und Hausleiter bis zum Inhaber. Jawohl: auch der Inhaber sollte sich *vorher* festlegen, wie weit er bereit ist zu gehen. Sonst ist er schwach!

Sie wollen sich ein Bild von Ihrem Verkaufsprozess verschaffen? Vereinbaren Sie mit uns eine kostenfreie Verkaufspotenzialanalyse, in der wir Ihren aktuellen Verkaufsprozess gemeinsam mit Ihnen analysieren und Optimierungsmöglichkeiten für die Zukunft aufzeigen.

VERKAUFS- POTENZIALANALYSE

Die Strategie-Kurzberatung
zu Ihrem Verkaufs-
prozess



*Jetzt kostenlosen
Termin vereinbaren!*

[www.thomaswittconsulting.de/
verkaufspotenzialanalyse](http://www.thomaswittconsulting.de/verkaufspotenzialanalyse)

Dieser Artikel ist Bestandteil von „*Die Verkaufsmaschine*“ www.thomaswittconsulting.de/verkaufssteuerer – dem Blog von Thomas Witt Consulting. Kostenfreie Tipps und Verkaufswerkzeuge für den Möbelhandel – Nur für ehrgeizige und motivierte Möbelverkäufer und deren Führungskräfte.



Meine Leidenschaft ist, menschliches Verhalten zu verstehen und zu beeinflussen, um positive Entwicklungen zu bewirken. „Man kann Menschen nur bewegen, wenn man sie versteht“, ist mein Motto.

Und wie wir alle wissen, gibt es viel zu tun. **Sprechen Sie mich an!**



THOMAS WITT | GmbH
CONSULTING

Thomas Witt Consulting GmbH

Hanauer Straße 10 · 61118 Bad Vilbel · Telefon: 06101 / 995 31 44
witt@thomaswittconsulting.de · www.thomaswittconsulting.de