PREISFRAGEN SOUVERÄN MEISTERN



© MarekPhotoDesign.com – stock.adobe.com

Die Positionierung, die am Ende die Erklärung für den Preis ist, muss sich in allen Bereichen Ihres Unternehmens zeigen.

Immer wieder hören Labore von Kunden und solchen, die es werden sollen: „Sie sind mir zu teuer." Wie reagiert das Labor hierauf? Wie so oft im Vertrieb führt eine angemessene Reaktion auch hier über Klarheit. Denn: Klarheit ist die Grundlage für souveränes Handeln.

Klarheit über die eigenen Preise setzt eine Antwort auf die folgende Frage voraus: Warum sind meine Preise meine Preise? Oder anders formuliert: Warum ist diese oder jene Arbeit genau diesen Preis wert?

Eine Antwort, die nicht funktioniert, lautet: „Die Preise sind vorgegeben, ich nehme die ganz normalen Preise aus den Innungs-Preislisten." Selbst wenn dem so ist, brauchen Sie als Vertriebler eine Erklärung dafür, warum Sie für diese Arbeit genau diesen Betrag in Rechnung stellen und eben keinen niedrigeren, aber auch keinen höheren. Das beste Gefühl zu Ihren Preisen bekommen Sie, wenn Sie diese kaufmännisch kalkulieren: Material, Lohn, Marge etc. ergeben einen Preis. Positiver Nebeneffekt: Sie erfahren, welche Arbeitsarten sich aktuell für Ihr Unternehmen lohnen und bei welchen Sie aus Ihrer eigenen Tasche Geld mit in Ihr Dentallabor bringen.

Aufbauend auf das Ergebnis der kaufmännischen Kalkulation ist es wichtig, dass Sie für den Vertrieb eine zusätzliche Antwort auf die Frage finden, warum Sie mit Ihrer Kalkulation genau diesen Preis errechnet haben. Hier kommt Ihre Positionierung ins Spiel: Wofür steht Ihr Unternehmen, was ist Ihnen im Hinblick auf Ihre Qualität, Ihren Service, Ihre Kundenbeziehungen wichtig? Es macht preislich einen Unterschied, ob es darum geht, möglichst effektiv und effizient eine „einsetzbare" Qualität zu produzieren oder ob der Fokus auf „höchster" Qualität und Ästhetik liegt. Es macht außerdem einen Unterschied, ob man als günstiges Versandlabor keinerlei Service bietet oder die eigenen Kunden, wann immer notwendig und/oder gewünscht, am Patienten unterstützt sowie Geräte und Materialien für die eine oder andere Behandlungsart zur Verfügung stellt.

Für die vertriebliche Souveränität ist es dabei enorm wichtig, dass Anspruch und Wirklichkeit im Labor zusammenpassen. Die Positionierung, die am Ende die Erklärung für den Preis ist, muss sich in allen Bereichen Ihres Unternehmens zeigen. Je deutlicher, desto besser.

Ausgestattet mit dieser Klarheit und Souveränität, geht es in den Vertriebssituationen darum, den Wert der Arbeit zu vermitteln. Finden Sie heraus, unter welchen Bedingungen Ihr Gegenüber bereit wäre, Ihren Preis zu bezahlen. Finden Sie außerdem heraus, ob tatsächlich Äpfel mit Äpfeln oder doch eher Birnen mit Äpfeln verglichen werden.

Wichtig ist, dass Sie in den Situationen, in denen es um Ihren Preis geht, nicht gleich rotsehen und aufgeben, weil Sie der Meinung sind, an dieser Stelle ist die Vertriebssituation immer aussichtslos. Stehen Sie zu Ihren Preisen, sie sind das Ergebnis Ihrer Kalkulation, die auf Ihren beinhalteten Leistungen beruht. Die Idee muss sein, dass Ihr Gegenüber bereit ist, für die versprochene Leistung respektive Zusammenarbeit den kaufmännisch sinnvollen Preis zu zahlen.

Und: Es gibt bestehende und potenzielle Kunden, die passen nicht zu Ihrer Positionierung. Es ist Zeitverschwendung hier immer wieder den Versuch zu unternehmen, sich, sein Produkt und seine Preise an die Erwartungshaltung des Gegenübers anzupassen. Nutzen Sie diese Zeit lieber, um mit Kunden und solchen, die es werden sollen, zu reden, die für Ihre Leistung den entsprechenden Preis gerne zahlen.

Fazit: Mit Klarheit, Souveränität und ein bisschen „Lockerheit in der Hüfte" lassen sich die meisten Preisdiskussionen nachhaltig beseitigen. Bei Bedarf sprechen Sie uns an, wir trainieren gerne mit Ihnen.

Infos zur Autorin

Claudia Huhn – Beratung Coaching Training
www.claudiahuhn.de



© privat

Zufriedenheit der Generation Z am Arbeitsplatz sinkt

Ein Beitrag von Katharina Wolf/www.handwerk.com



© Eternal – stock.adobe.com

Junge Leute leiden zunehmend unter Generationskonflikten – und das hat Auswirkungen auf ihre Arbeitszufriedenheit. So ergab der aktuelle DAK-Gesundheitsreport „Gen Z in der Arbeitswelt", dass fast ein Drittel der jungen Leute Spannungen zwischen verschiedenen Altersgruppen am Arbeitsplatz erleben. 25 Prozent davon fühlen sich dadurch stark oder sehr stark belastet, weitere 56 Prozent sehen sich weniger stark belastet. Nur 19 Prozent machen diese Konflikte nichts aus.

Am häufigsten nehmen diejenigen Konflikte wahr, die als junge Beschäftigte in älteren Teams in der Minderheit sind. 44 Prozent von ihnen sind betroffen, 16 Prozent sogar häufig oder sehr häufig. Ältere stecken die Auseinandersetzungen offenbar besser weg – oder bemerken sie auch gar nicht: Im Durchschnitt aller Beschäftigten erleben nämlich nur 23 Prozent Generationskonflikte und für 18 Prozent der Betroffenen sind diese Konflikte eine starke oder sehr starke Belastung.

Generationskonflikte haben Auswirkungen auf die Zufriedenheit am Arbeitsplatz, ermittelte der Report. Nur ein Viertel der unter 30-Jährigen ist mit der eigenen Arbeitssituation vollkommen zufrieden. Bei einer früheren Befragung waren es noch 43 Prozent. Volker Nürnberg, Experte für betriebliches Gesundheitsmanagement und Mitherausgeber des DAK-Gesundheitsreports, hält wenig von Klischees über die Gen Z: „Besonders in Anbetracht des demografischen Wandels hilft das Heraufbeschwören von Generationenkonflikten nicht weiter", betont er. „Es muss darum gehen, junge Menschen beim Eintritt in die Arbeitswelt gut zu unterstützen, damit sie auch langfristig ihre Potenziale entfalten können."

SHERA®
WERKSTOFF TECHNOLOGIE

PRINT-IT@SHERA - WIR NEHMEN IHNEN DEN DRUCK AB!

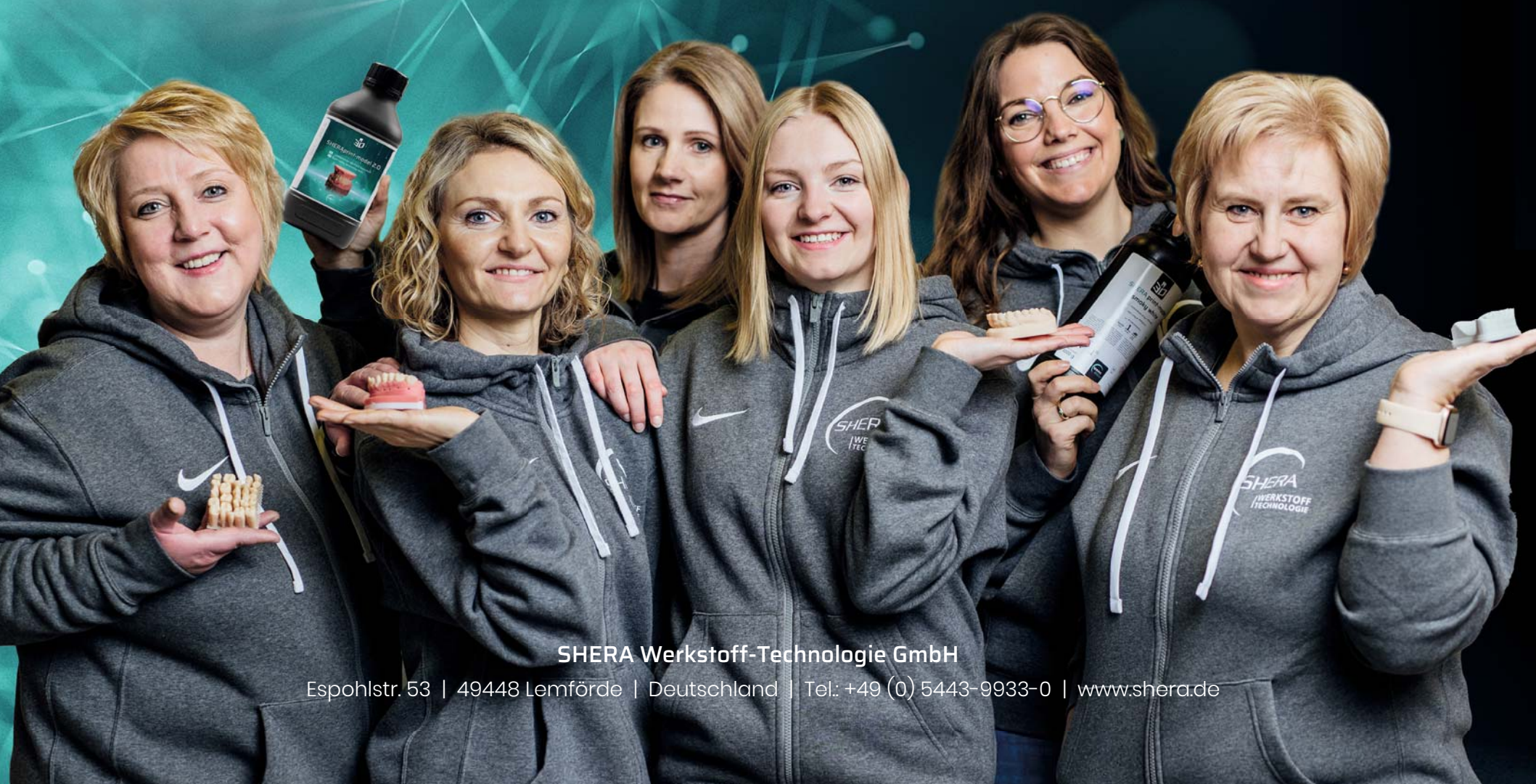
Unsere 3D-Druckdienstleistungen sind die perfekte Ergänzung für Ihren digitalen Workflow. Wir fertigen hochpräzise Modelle, Bohrschablonen, Schienen, individuelle Löffel und mehr – schnell, zuverlässig und in Top-Qualität auf einem der präzisesten DLP-Drucker am Markt.

Mit der kostenlosen Upload-Version von SHERAeasy-model laden Sie Ihre STL-Daten bequem hoch – wir übernehmen Design, Druck, Qualitätscheck und Expressversand. Oft schon am nächsten Werktag!

Oder designen Sie mit SHERAeasy-model ganz einfach selbst: intuitive Bedienung, standardisierte Prozesse, patentierte SHERAprint-cone-Geometrie und vieles mehr inklusive.

SHERA – Support statt Konkurrenz.
Mehr Infos unter: www.shera.de





SHERA Werkstoff-Technologie GmbH
Espohlstr. 53 | 49448 Lemförde | Deutschland | Tel.: +49 (0) 5443-9933-0 | www.shera.de