

Der Preis spielt in vielen Verkaufsgesprächen eine zu wichtige Rolle. Jedoch weniger beim Kunden als beim unsicheren Berater oder Verkäufer. Genau genommen ist es die isolierte Betrachtung der Höhe eines Preises, die vor dem Gespräch Angst macht und einen später zum Schwitzen bringt. Dagegen kann etwas unternommen werden: Einbetten des Preises in den Gesamtzusammenhang.

1. Ein Unternehmen, das keinen Gewinn macht, hat bald nichts mehr zu verlieren

 2. Um Sicherheit zu garantieren, wird eine Prämie gezahlt (Versicherung) -
um Liefersicherheit (Unternehmensfortbestand) zu garantieren, wird ein Gewinn benötigt

 3. Ohne Gewinn keine folgende Investition in Neuentwicklungen zum Nutzen des Kunden

 4. Das Produkt ist ebenso gut, wie es teuer ist. Es ist ebenso schlecht, wie es . . .

 5. Würde immer der Billigste den Aufträge bekommen, es gäbe längst keine Hochpreise mehr

 6. Der Preis ist nur **ein** Merkmal unter vielen anderen, nämlich

 7. Selbst wenn der Preis halbiert würde, gäbe es immer irgendjemand der sagt er sei zu hoch

 8. Die Marktführer sind oftmals auch die Preisführer

 9. Es wird nicht wegen des Preises gekauft, sondern wegen des Wertes eines Produktes

 10. Es wird nicht wegen des Preises gekauft, sondern wegen des Wertes eines Produktes

11. *Der Preis wird vergessen - die Qualität bleibt.* (franz. Sprichwort)