



MERCURI INTERNATIONAL

MERCURI
international

CHECKLISTE:

PREISANPASSUNGSGESPRÄCHE ERFOLGREICH FÜHREN

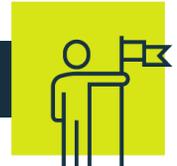


ARGUMENTATIONSLEITFADEN

KURZE ANLEITUNG FÜR DIE CHECKLISTE

Preiserhöhungen in wirtschaftlich schwierigen Zeiten

ZIELE



- Mehr Sicherheit für die Vertriebsmannschaft.
- Einheitliche Argumentation bei den Kunden eines Segmentes.
- Erhöhte Wahrscheinlichkeit, dass Kunden die Preiserhöhung nachvollziehen können und akzeptieren.
- Professionelle Vorbereitung unter Berücksichtigung von unterschiedlichen Szenarien.

EINSATZ DER CHECKLISTE



- Keine Anspruch auf Vollständigkeit, deshalb erweitern, anpassen, wo immer erforderlich.
- Die Argumentation muss ausgearbeitet und dann trainiert werden.
- Um dem Vertrieb die Nutzung so einfach und zeitsparend wie möglich zu gestalten, mit Drop Down Menü arbeiten (teilweise sind schon alternative Antworten integriert)

ARGUMENTATIONSLEITFADEN

CHECKLISTE

Preisanpassungsgespräche erfolgreich führen

Region/Land:	
Allgemeine Einschätzung zum Kunden:	

1. Daten zum Kunden	Drop Down / Daten aus dem CRM	Kommentare / Anmerkungen
Relevante® Ansprechpartner für Preisanpassung		
Funktion		
Letzte Preiserhöhung (Datum)		
Höhe der Preisanpassung (auf LP)		
Zeitraum der Preiserhöhung inklusive Start		
Für welche Produkte		
Für welche Services & Dienstleistungen		
Segment/Klassifizierung		
Umsatz 2021		
Umsatzentwicklung (der letzten 3 Jahre)		
Konditionsbestandteile		
Rolle als Lieferant beim Kunden (A/B/C)		
Weitere Lieferanten/Wettbewerber)		
Eigener Anteil am EK-Volumen für die Produkte		
Herausforderungen mit dem Kunden (z.B. Lieferverzögerungen)		
Geschäftsentwicklung beim Kunden		
Simulation Preiserhöhung auf Umsätze des VJ für Kunden		

ARGUMENTATIONSLEITFADEN

CHECKLISTE

Preisanpassungsgespräche erfolgreich führen

Region/Land:	
Allgemeine Einschätzung zum Kunden:	

2. Umsetzungsstrategie	Drop Down / Daten aus dem CRM	Kommentare / Anmerkungen
Ankündigung der Preisanpassung (schriftlich, durch Innendienst telefonisch, persönlich vor Ort bzw. virtuell, Kombination der vorherigen Optionen)		
Ziel: Höhe der Preisanpassung (differenziert nach Segment)		
Möglicher Verhandlungsspielraum (x%)		
Möglichkeit des Kunden, Preiserhöhung an eigene Kunden weiterzugeben (gar nicht, tw, vollständig)		
Konsequenzen der Preisanpassung für den Kunden		
Erwartete Reaktion des Kunden (zustimmend, tw. ablehnend, vollständig ablehnend)		
Bei sinkenden Kosten für z.B. Energie, Logistik: werden die Preise nach unten angepasst (j/n)		
Einschätzung der zukünftigen Liefersituation für den Kunden (sicher, bedingt sicher, unsicher = keine Angaben möglich)		
Mögliche Zugeständnisse für den Kunden (z.B. feste Liefertermine, Serviceleistungen etc.)		
Erwartetes Verhalten des wichtigsten Wettbewerbers bei diesem Kunden) (erhöht ebenfalls, erhöht aber weniger, erhöht nicht)		

ARGUMENTATIONSLEITFADEN

CHECKLISTE

Preisanpassungsgespräche erfolgreich führen

Argumentationsleitfaden	Drop Down / Ausarbeiten	Kommentare / Anmerkungen
Ankündigung der Preisanpassung (schriftlich, durch Innendienst telefonisch, persönlich vor Ort bzw. virtuell, Kombination der vorherigen Optionen)		
Ziel: Höhe der Preisanpassung (differenziert nach Segment)		
Möglicher Verhandlungsspielraum (x%)		
Möglichkeit des Kunden, Preiserhöhung an eigene Kunden weiterzugeben (gar nicht, tw, vollständig)		
Konsequenzen der Preisanpassung für den Kunden		
Erwartete Reaktion des Kunden (zustimmend, tw. ablehnend, vollständig ablehnend)		
Bei sinkenden Kosten für z.B. Energie, Logistik: werden die Preise nach unten angepasst (j/n)		
Einschätzung der zukünftigen Liefersituation für den Kunden (sicher, bedingt sicher, unsicher = keine Angaben möglich)		nutzenorientiert
Mögliche Zugeständnisse für den Kunden (z.B. feste Liefertermine, Serviceleistungen etc.)		
Erwartetes Verhalten des wichtigsten Wettbewerbers bei diesem Kunden) (erhöht ebenfalls, erhöht aber weniger, erhöht nicht)		schriftlich / per Mail vorab
Argumentation		
Einwände		
Managen der Antworten		
Abschluss des Gesprächs		
Nachbereitung		

Für mehr Informationen
kontaktieren Sie bitte:

David Kirchmann
Head of Market Development

Telefon: +49 170 2271683
david.kirchmann@mercuri.net



MERCURI
international

Vielen Dank!