



# Verkopen heeft niets te maken met de prijs noch met het product

---

Dinsdag 30 augustus 2011





**Organisatie**

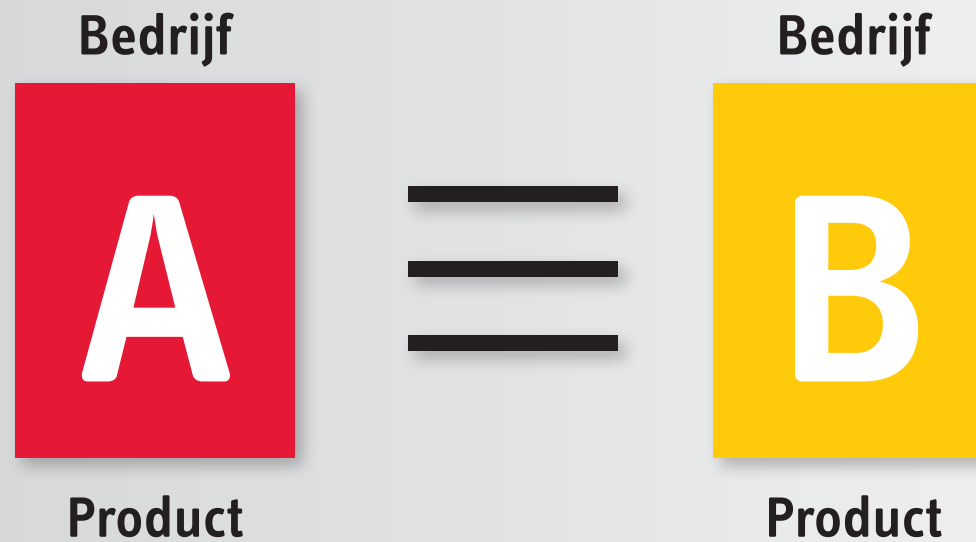
**Training**

**Selectie**

**Visualisatie**

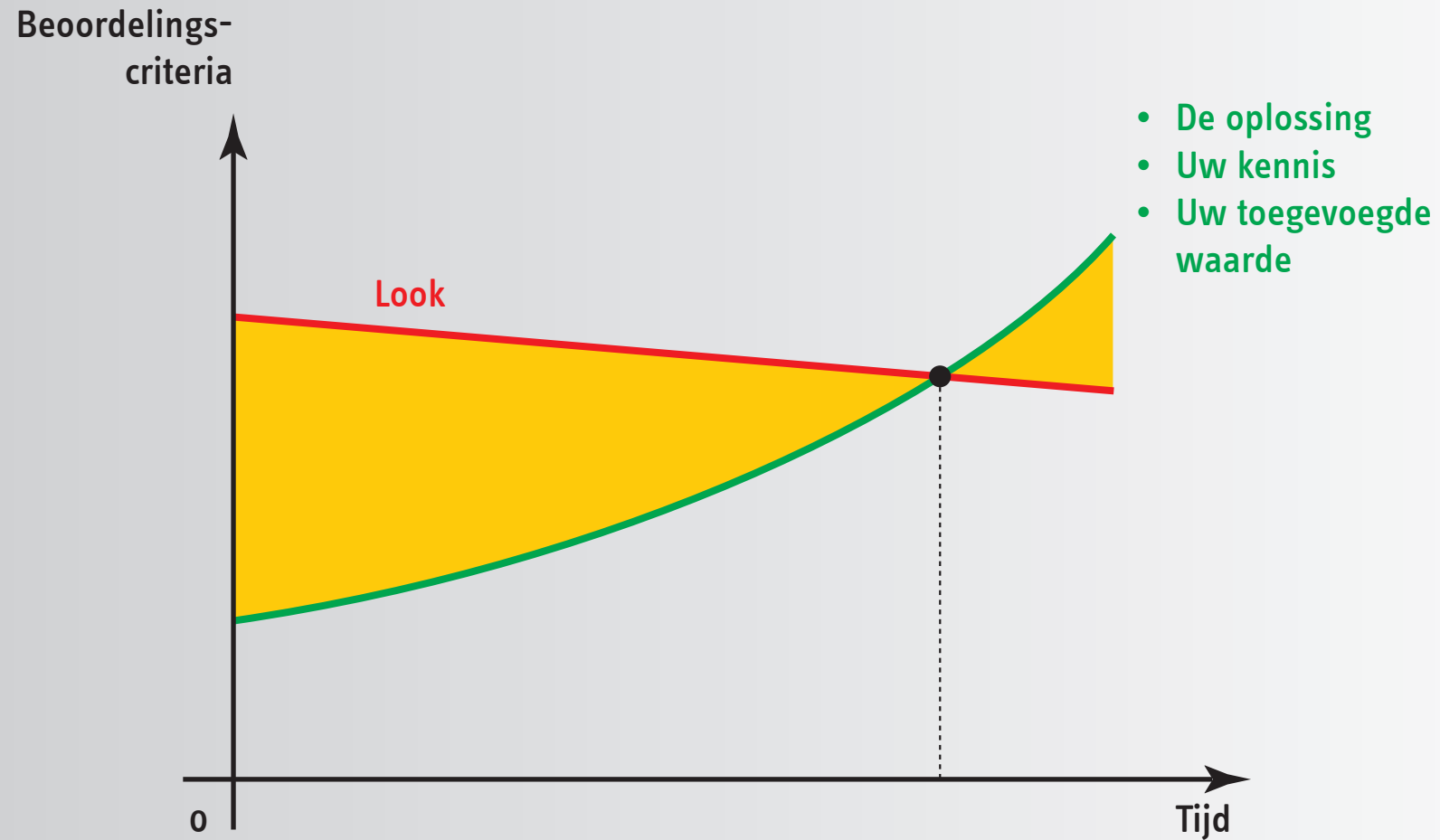
Het één kan niet zonder het ander

# Het gegeven: A is identiek aan B

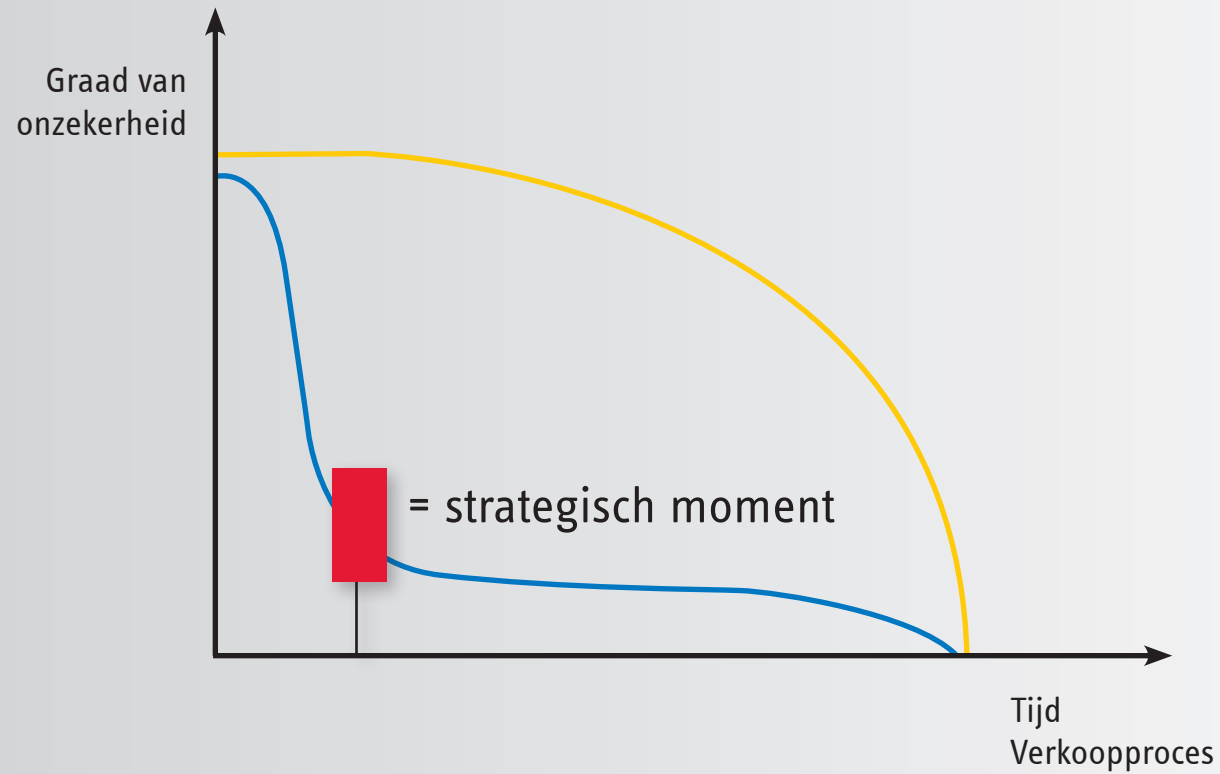


“De mens, zijn verhaal en  
zijn verkooptools maken het verschil”

# Beoordelingscriteria van de klant

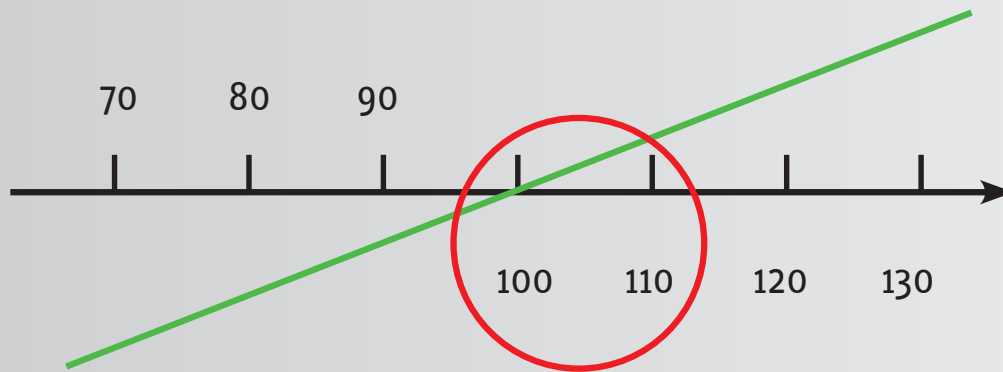


# Het strategisch moment



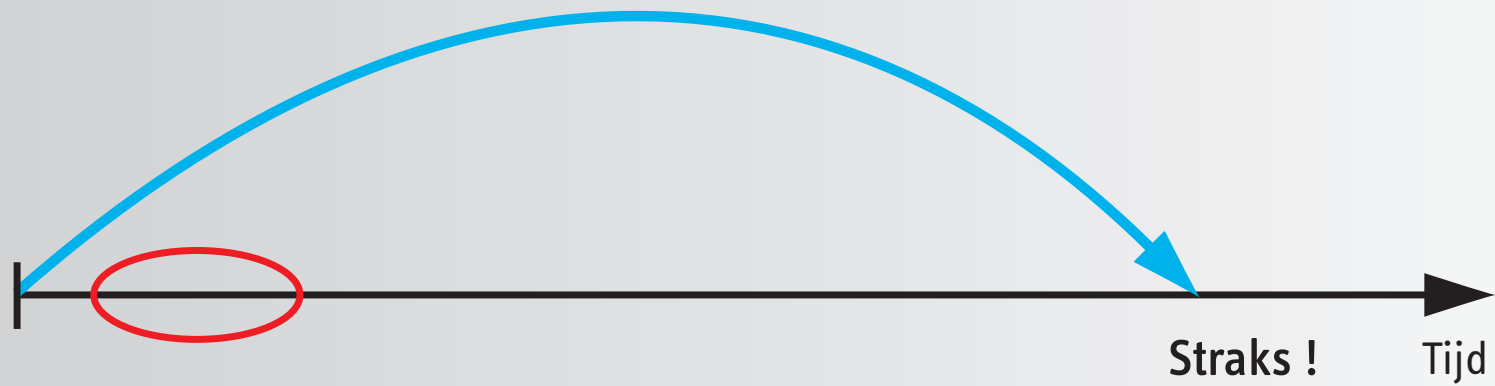
“U leidt het gesprek om zo snel mogelijk inzicht en zekerheid te krijgen in uw reële kansen tot succes bij de klant.”

## Hoe wordt de prijs bepaald



“De prijs wordt bepaald door vraag en aanbod”

# De kracht van het antwoord te beloven



Klant vraagt u: ... ?

- Wat kost dit
- ...

## Een aantal redenen om uw prijs niet aan te passen

- **Wees fair en correct naar de klant**
- **U hebt recht op een degelijke vergoeding**
- **Verontschuldig u niet voor uw hoge prijs**
- **Misleid uzelf niet. Geloof in uzelf en uw oplossing**
- **Wees bereid om op te stappen**
- **Verdedig uw prijs**
- **Spreek duidelijk uit hoe uw prijsstrategie is**
- **Elke seconde aarzeling omtrent korting of prijs moet u in het kwadraat zelf betalen**

## Hoe met de prijs omgaan

- De prijs is een onderdeel van uw oplossing
- De prijs mag geen verrassing zijn
- Het is niet altijd de goedkoopste die het order binnenhaalt
- “U krijgt waarvoor u betaalt”
- “Het onderste uit de kan smaakt altijd wat bitter”
- “The bitterness of the poor quality remains longer than the sweetness of the low price”
- “Zorg dat uw offerte en prijs een logisch vervolg zijn en geen verrassing”
- “Stel dat we een wijze vinden om de prijs te aligneren... ”

# Verkopen is een machtsspel

