

Checkliste

Preismanagement

Grundlagen

Das Preismanagement beinhaltet vielfach heikle und ungewisse Entscheidungen.

Checkliste

Bezüglich Preispolitik bzw. -management gibt es gewisse Prinzipien, die für beinahe alle Branchen und Märkte gelten:

- **Preis-Konstanz:** Je konstanter und dauerhafter die Preise, desto glaubwürdiger und qualitativ hochstehender ist die Wirkung auf die Kunden.
- **Preis-Diskriminierung:** Je geringer die Preis-Diskriminierung bzw. die Preis-Differenzierung, desto glaubwürdiger und desto geringer ist das Risiko, einzelne Kunden zu verärgern.
- **Rabatte und Konditionen:** Je einheitlicher und transparenter die Rabatte und Konditionen (Mengenrabatte, saisonale Rabatte usw.), desto glaubwürdiger und kundenfreundlicher ist die Wirkung auf die Kunden.
- **Psychologische Preise:** Je durchdachter und stringenter die Preispsychologie zugunsten beider Parteien angewendet wird, desto sympathischer und umsatzfördernder ist die Wirkung.
- **Preis-Gruppen:** Je konsistenter und ähnlicher die Sortimente in Preis-Gruppen zusammengefasst werden, desto einfacher und zeitsparender ist dies für die Kunden und für uns.
- **Preis-Erhöhungen:** Je transparenter und argumentativ belegbarer die Preis-Erhöhung, desto eher akzeptiert dies der Kunde.
- **Vermeidung von Preis-Wettbewerb:** Je besser sich eine Unternehmung aus dem Preis-Wettbewerb heraushalten kann, desto eher wird sie den Kunden an sich binden können (allerdings oft nur langfristig).

Preissensibilität

Wirtschaftliche Überlegungen auf Seiten der Käufer

- Zahlt der Entscheider selbst für das Produkt?
- Machen die Ausgaben für das fragliche Produkt prozentual einen wesentliche Anteil an der Gesamtausgabe aus?

- Ist der Käufer zugleich Endnutzer? Falls nicht, wird er womöglich über den Preis am Endnutzermarkt konkurrieren?
- Signalisiert ein höherer Preis in diesem Markt zugleich höhere Qualität?

Recherche-Verhalten und übliche Praxis der Kunden

- Wird es für den Käufer kostspielig, bei anderen Lieferanten zu kaufen?
- Ist der Zeitpunkt des Kaufs oder der Liefertermin für den Käufer wichtig?
- Ist der Käufer imstande, Preise und Leistungen von alternativen Angeboten zu vergleichen?
- Kann der Käufer ohne wesentlich grösseren Aufwand den Lieferanten rasch wechseln?

Konkurrenzsituation

- Inwieweit hebt sich das eigene Angebot von den Angeboten der Mitbewerber ab?
- Spielt der Ruf des Unternehmens eine Rolle? Oder gibt es andere immaterielle Argumente?