

Preisgestaltung

Eine der wichtigsten Entscheidungen, die ein Unternehmer treffen muss, ist der Preis seiner Produkte oder Dienstleistungen. Es ist wichtig, sich hierfür zu Beginn viel Zeit zu nehmen. Eine nachträgliche Änderung kann bei Kunden unter Umständen Ärger hervorrufen.

Kosten

Zuerst sollte überlegt werden, welche Kosten für das Produkt oder die Dienstleistung durch Herstellung, Anschaffung oder Durchführung anfallen. Grundsätzlich lassen sich diese Kosten nach variablen und fixen Kosten einteilen. Hinzu kommt, dass bei einem erhöhten Absatz im Einkauf einzelne Waren im Einkauf günstiger werden (Mengenrabatt).

Marktpreis

Wie viele Mitbewerber gibt es, die das Gleiche anbieten oder etwas ähnliches? Welche Produkte/Dienstleistungen sind schon auf dem Markt, die den Bedarf des Kunden decken und zu welchem Preis werden sie angeboten?

Wert für den Kunden

Ein Kunde kauft ein Produkt oder eine Dienstleistung nur, wenn er den Wert erkennt. Hier ist verkäuferisches Talent gefragt. Dieser Werteprozess spielt sich im Kopf des Kunden ab. Je mehr man dem Kunden klar machen kann, dass das Produkt ihm nützen wird, desto höher darf auch der Preis sein. Alternativ kann etwas angeboten werden, das den Unternehmer so gut wie nichts oder wenig kostet, dafür aber vom Kunden sehr wertgeschätzt wird.

Positionierung

Kann der Unternehmer dem Kunden etwas anbieten, was die anderen Mitbewerber nicht können, so ist ein höherer Preis gerechtfertigt.

Preispsychologie

Die Preispsychologie ist eine tolle Sache, denn mit ihr ist es möglich, den Preis klein aussehen zu lassen. So sollten Produkte mit einem kalkulierten Verkaufspreis von beispielsweise 20 Euro, für 19,99 Euro angeboten werden. Das hat den Vorteil, dass der Kunde die 20 Euro nicht wahrnimmt, sondern einen Preis von 10 Euro und mehr im Auge hat, im Endeffekt also doch bereit ist, den höheren Preis zu zahlen.

Die Preisgestaltung ist entscheidend für die Zukunft des Unternehmens. Zu niedrig angesetzt sein, können unerwartete Kosten zur Insolvenz führen. Aus diesem Grund ist es ratsam einen Steuerberater aufzusuchen: Er berät andere Unternehmen und kann auf diese Weise beurteilen, welche Kosten realistisch sind und welche eventuell vergessen wurden.