

Finden Sie Ihren Preis!

1.

Was muss Ihr Produkt oder Ihre Leistung mindestens kosten (Kostenpreis)?

2.

Wie hoch ist der Preis, den die Konkurrenz für ein vergleichbares Angebot verlangt (Marktpreis)?

3.

Welcher Konkurrent hat den höchsten Preis?
Was unterscheidet Ihr Angebot von seinem Angebot (Preis-Leistungs-Verhältnis)?

4.

Wie können Sie Ihre Leistung steigern, um den notwendigen Kostenpreis zu erzielen (z. B. durch besonderen Service)?

5.

Wo können Sie Kosten einsparen, um sich dem Marktpreis zu nähern?

6.

Habe ich die richtige Kundengruppe, um den Kostenpreis erzielen zu können?

7.

Welchen psychologischen Preis könnten Sie ansetzen (z. B. 19,99 €)?

8.

Können Sie Preisnachlässe geben (Rabatt, Skonto)?
Unter welchen Bedingungen?

9.

Müssen ggf. notwendige Kosten für eine Transportversicherung mit in den Preis einkalkuliert werden?