fonio.ai

PARTNER-WEBINAR · PLAYBOOK

Wenn der Kunde bremst

Die Preisfrage und die zehn Einwände, die danach am häufigsten kommen — mit der Antwort, die funktioniert.

Für fonio-Partner
Zum Mitnehmen ins nächste Kundengespräch

Sales-Webinar

Die Preisfrage

Sie kommt in fast jedem Gespräch, und meistens zu früh — bevor überhaupt klar ist, worum es geht. Deshalb ist die Preisfrage selten eine Frage nach dem Preis. Sie ist eine Frage nach Orientierung. Wer sofort eine Zahl nennt, beantwortet die falsche Frage.

> „Wenn du zum Arzt gehst und sagst, mein Fuß tut weh, verschreibt der dir ja auch nicht sofort ein Antibiotikum. Das wäre unprofessionell. Er fragt erst, was genau wehtut und wo er überhaupt helfen kann."
>
> Der Vergleich, der im Gespräch am besten funktioniert — weil der Kunde ihn sofort versteht und niemandem etwas abgerungen wird.

Drei Situationen, drei Reaktionen

Nicht die Zahl entscheidet, sondern der Zeitpunkt.

IN MINUTE DREI

Parken, nicht ausweichen.

Sag offen, dass du die Frage gleich beantwortest, aber vorher wissen musst, worum es geht — sonst nennst du eine Zahl, die am Ende gar nicht stimmt. Das ist keine Ausrede, das ist der Grund.

ER LÄSST NICHT LOCKER

Dann eine Spanne, keine Zahl.

Ab dem zweiten Nachhaken wirkt Ausweichen unseriös. Eine ehrliche Spanne mit dem Hinweis, wovon sie abhängt, hält das Gespräch offen — eine Punktzahl ohne Bedarf macht es zu.

„WOANDERS ZAHLE ICH WENIGER"

Offen zurückfragen.

Frag direkt, was er dort zahlt und was enthalten ist. Die meisten antworten bereitwillig, und du erfährst in einem Satz mehr als durch jedes Gegenargument.

Die Gegenfrage, die fast immer trägt

Was würde ein Telefonservice oder ein Callcenter kosten? Oder eine Person, die nur telefoniert? Damit verschiebt sich das Gespräch vom Preis zum Vergleich — und der fällt selten gegen euch aus.

Die zehn Einwände

Links, was der Kunde sagt. Rechts, worauf deine Antwort hinauslaufen sollte — in deinen eigenen Worten, nicht auswendig gelernt.

1. **„Das ist mir ehrlich gesagt zu teuer."**
   Zurück zu dem, was er vorher selbst erzählt hat: die Stunden fürs Telefon, die Anrufe, die verloren gehen. Der Preis steht nie allein, sondern immer neben dem, was das Problem heute kostet.

2. **„Schick mir mal ein Angebot, ich schau's mir in Ruhe an."**
   Die freundlichste Form der Absage. Statt ein PDF ins Leere zu schicken: einen konkreten nächsten Termin vereinbaren, solange der Bedarf noch frisch ist.

3. **„Merken meine Kunden nicht sofort, dass da eine KI rangeht?"**
   Die häufigste Frage überhaupt — und die einzige, die man nicht beantworten, sondern zeigen sollte. Lass ihn selbst anrufen, statt zu argumentieren.

4. **„Und wenn die KI Mist erzählt? Dann steht mein Kunde blöd da."**
   Nicht beschwichtigen, sondern konkret werden: Was beantwortet wird, steht im Prompt. Alles andere geht an einen Menschen. Der Kunde will Kontrolle hören, keine Beruhigung.

5. **„Meine Kunden sind älter, die wollen einen Menschen am Telefon."**
   Die Alternative ist heute nicht der Mensch, sondern die Mailbox — und auf die spricht kaum jemand. Das ist kein Gegenargument, sondern eine ehrliche Einordnung.

6. **„Das nimmt doch meiner Mitarbeiterin die Arbeit weg."**
   Niemand wurde eingestellt, um den ganzen Tag dieselben Anrufe anzunehmen. Genau diese Zeit kommt zurück — für das, wofür die Stelle eigentlich da ist.

7. **„Wir haben gerade erst eine neue Telefonanlage angeschafft."**
   Kein Einwand, sondern eine Bedingung. Anschließen statt austauschen räumt sie meistens in einem Satz ab — und nimmt dem Gespräch die größte Hürde.

8. **„Dafür haben wir keine Zeit. Wer soll das bei uns einrichten?"**
   Der Moment, in dem du als Partner ins Spiel kommst. Prompting, Weiterleitung, Einrichtung — wenn du das übernimmst, ist der Einwand keiner mehr, sondern dein Auftrag.

9. **„Und was ist mit dem Datenschutz?"**
   Hosting in der EU, Server in Nürnberg, Backups ebenfalls in der EU. Hier gibt es eine klare Antwort — also kurz halten und weitergehen, statt das Thema groß zu machen.

10. **„Ihr habt unser System nicht angebunden."**
    War bisher so gut wie nie ein Dealbreaker, weil der Hauptschmerz die Anrufe sind, nicht die Integration. Nicht kleinreden, sondern einordnen — und bei echtem Bedarf einen Termin mit einem Entwickler anbieten.

Und was verlangst du?

Beim Preisgespräch geht es nicht nur darum, was fonio kostet, sondern auch darum, was du selbst aufrufen kannst. Die Partner, die damit am besten fahren, machen es so:

BASIS

Die Marge

Als Reseller liegt die Spanne zwischen deinem Einkauf und dem, was du dem Kunden berechnest, bei dir. Das ist der Boden, nicht das Ziel.

DARAUF

Der Service

Prompting, Use Cases, Weiterleitung, Einrichtung, laufende Betreuung. Genau das, wofür der Kunde selbst keine Zeit hat — und wofür er zahlt.

ERGEBNIS

Ein Paket, kein Tool

Nicht das Werkzeug verkaufen, sondern das Ergebnis: für den Kunden no touch, gegen eine feste monatliche Summe.

Drei Sätze zum Mitnehmen

- [ ] **Die Preisfrage ist keine Preisfrage.** Sie ist der Wunsch nach Orientierung. Wer sofort eine Zahl nennt, verliert die Chance, sie einzuordnen.
- [ ] **Einwände kommen nicht, weil etwas falsch lief.** Sie kommen, weil jemand nachdenkt. Ein Gespräch ohne Einwand ist meistens ein Gespräch ohne Interesse.
- [ ] **Zeigen schlägt erklären.** Bei der Roboter-Frage, bei der Qualität, bei der Geschwindigkeit: Einmal selbst hören lassen ersetzt fünf Minuten Argumentation.

Beim nächsten Mal

Wie du aus einem Kunden mehr machst — zusätzliche Produkte beim Bestand und das Service-Modell, mit dem Partner dauerhaft Umsatz aufbauen. Termin und Anmeldung kommen wie immer vorab per Mail.