

# BLOG BOOST

FRTA KNOWLEDGE business training & advice | [www.frta.nl](http://www.frta.nl) | E-mail: [froelfsema@frta.nl](mailto:froelfsema@frta.nl)

## Geen prijs noemen.

Het is misschien wel dagelijkse kost voor je, klanten en potentiële klanten die bellen en informeren naar de prijs. De vraag van; Wat kost het? Is een veel gestelde in deze tijd. Je noemt een prijs en steevast krijg je als antwoord; bedankt, ik zal er over nadenken! En al iets weer gehoord? Nee, natuurlijk niet. Gevolg is de titel van deze blog boost; geen prijs meer noemen.

Maar wat dan?

Als je de markt bekijkt en ook met je ervaring eens nader onder de loep neemt dan zijn er een aantal doelgroepen te bespeuren. Er is een grote groep mensen die de markt van welzijn en geluk afstruinen op zoek naar de laagste prijs.

En het blijkt anno 2024 dat ongeveer tussen de 15% tot 25% dit ook daadwerkelijk doet. Daaruit blijkt ook, en dat is nu out of the box denken, dat 75% van de klanten en potentiële klanten dat niet doet. Er is dus weer een verkoop kans. Vraag blijft dan wel waarom klanten en potentiële klanten afhaken?

Het antwoord is niet zo moeilijk. En ligt zo voor de hand dat je er niet aan denkt met je collega's. Immers wanneer je een prijs noemt zonder eerst verdere vragen te stellen kent men je product en of behandeling alleen maar van 1 aspect. En je raad het al dat is de prijs!. En je kan op je klompen aanvoelen dat er altijd iemand goedkoper is dan jij.

Is er een oplossing voor deze uitdaging?

Ja zeker ,geen prijs noemen. Maar je kan meer doen. Het meest voor de hand liggende is informeren en vragen stellen.

Wat wil die klant?. Wat is de oorzaak van informeren?

Is er een probleem? Zijn er allergieën? Is er een feest? Het zijn zomaar een aantal vragen, die je aan het denken zal zetten. Je zal nu nadenken over een voorbeeld zin om deze vraag correct en met tact te kunnen beantwoorden.

Hier is de zin; Ik geef je met plezier deze info, maar om je de juiste informatie en prijs te noemen, wil ik eerst een aantal vragen aan je stellen. Is dat goed? De klanten en potentiële klanten zullen nu of direct afhaken of positief aan de telefoon blijven. De eerste is jammer, maar hoort deze doelgroep wel bij je klantenbestand.

## FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

### Inhoud van deze Blogboost:

Geen prijs noemen	1
Prijs als economische term	2



De tweede groep, de meesten overigens, zullen direct ingaan op je aanbod. Zeker als je ook nog eens vraagt; wat is de directe aanleiding voor je vraag?

Op deze manier krijg je precies 5 minuten de tijd om je therapie voordelen op te noemen, de verkoopargumenten te noemen en de aankoopcriteria helder krijgen. De kern van de zaak om geen prijs te noemen wordt daarmee duidelijk. Noem uitsluitend de prijs en of prijzen als de klant duidelijkheid heeft. De klant en potentiële klant maakt hierbij een afweging van alle voordelen die hij of zij gehoord heeft en denkt na over al dat voordeel wat hem of haar dat oplevert. Daarbij spelen een drietal criteria een rol, waartegen hij of zij het geheel afzet.

Te weten; de prijs, de moeite die hij of zij ervoor moet doen en tenslotte de risico's die hij of zij loopt.

Je merkt het al dat de prijs de afweging compleet maakt. Speel daarop in en noem niet direct een prijs. Zorg er ook voor dat prijzen niet open en bloot op internet, facebook, twitter, enzovoort staan.

Het zal je beperken in je slagkracht betreffende de prijs. Het zal je alleen maar pure prijsskopers opleveren die ook nog eens notoire lastpakken en klagers kunnen worden. Want een ding is zeker, dit soort klanten willen altijd voor een dubbeltje op de eerste rang zitten en verwachten ook nog eens het hoogste.

Laat je dus niet uitknippen als een citroen. Negeer deze vraag niet, maar noem geen prijs. Vraag door. En denk eraan: Men doet het altijd voorkomen of bij een vraag een antwoord hoort. Voor de wijze hoort bij de vraag een wedervraag.



## PRIJS als economische term:

In de economie is de prijs het bedrag (meestal in geld) dat betaald wordt bij verhandeling van een goed of een dienst (gerealiseerde prijs bij een koopovereenkomst), of het bedrag dat gevraagd wordt (vraagprijs) of geboden wordt (aanbodprijs). De prijs die op een vrije markt met meerdere kopers en verkopers tot een marktevenwicht tussen aanbod en vraag leidt noemt men de marktprijs of evenwichtsprijs.

Een taxatie is een schatting van de marktwaarde, de mogelijke marktprijs. Dit gebeurt door een vergelijking met gelijksoortige goederen of diensten te maken.

Bij verkoop aan consumenten is er vaak geen onderhandeling, de verkoper maakt zijn vraagprijzen bekend en de consument kiest van elk product of hij het wel of niet koopt (en zo ja, als er meerdere exemplaren zijn: hoeveel).

Het begrip tijdprijs kan betekenen:

- Deel van de prijs dat afhangt van de tijdsduur (bijvoorbeeld bij autohuur)
- De tijd die een activiteit kost.
- De tijd die een activiteit kost omgerekend in geld, op basis van een bedrag per uur.