

- Rechnen Sie bei Kundenkarten genau nach. Bedenken Sie, dass Ihre Daten für Unternehmen sehr wertvoll sind und bewerten Sie Ihre eigene Zeit mit einem Geldfaktor. Ist dann der Nutzen (ein Euro gespart) größer als der Aufwand (3 Minuten Ihrer Lebenszeit für das Ausfüllen des Formulars)? Nutzen Sie hierzu auch die Tabelle Geldfaktor Zeit.xls oder .ods)
- Lassen Sie sich nicht durch folgende rhetorische Tricks ins Bockshorn jagen:
- Ja-Strassen: Sagen Sie nach mehreren positiv beantworteten Fragen nicht automatisch Ja! („Sind Sie Herr XY?“ „Ja.“ „Heute ist besonders schlechtes Wetter. Nicht wahr?“ „Ja.“ „Kann ich Sie unter folgender Nummer erreichen?“ „Ja.“ „Möchten Sie dieses Angebot wahrnehmen?“ „Ja.“)
- Geschlossene Fragen: Möchten Sie Angebot A oder B wahrnehmen? Es gibt immer eine dritte Option: Nein.)
- Aussagen mit impliziten Unterstellungen: Sie möchten doch auch Geld sparen? Implizite Unterstellung ist, dass der Kunde ein Produkt kaufen und das Geld sowieso ausgeben will.
- Lassen Sie sich nie zu einer Entscheidung drängen. Angebote gibt es immer wieder und berufen Sie sich darauf, dass Sie grundsätzlich jede Entscheidung eine Nacht überschlafen.
- Fragen Sie auch nach versteckten Kosten, Bedingungen und Ihrem Zeitaufwand.
- Prüfen Sie Gratisangebote. So genannte Gratisangebote sind meist mit Bedingungen verknüpft, die dann teurer sind als bei anderen Anbietern.
- Prüfen Sie genau Ihr Bauchgefühl. Hat der Berater bewusst Gemeinsamkeiten geschaffen, damit er Ihnen sympathisch ist, so dass Sie schlechter Nein sagen können?
- Prüfen Sie Rabattaktionen. Oft sind stark beworbene Produkte mit Rabatt teurer als Produkte im regulären Handel.
- Lassen Sie sich nicht durch Zahlen in die Irre führen. Rechnen Sie insbesondere Prozente oder Bruchzahlen in Ruhe nach ($1/3$ sind 33% also bei einem Euro 33 Cent und $1/4$ sind 25 % also bei einem Euro 25 Cent).
- Vertrauen Sie nicht blind den Experten. Prüfen Sie die dahinter stehende Motivation von Empfehlungen und hinterfragen Sie Quellen.
- Fragen Sie bei unverständlichem Fachjargon nach. Lassen Sie sich nicht einschüchtern!
- Legen Sie vorher eigene Kriterien für einen Kauf fest! Was ist Ihnen besonders wichtig?