

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XII
1 Einführung und Motivation	1
2 Behavioral Pricing-Forschung	3
2.1 Aktivierende Prozesse	3
2.2 Kognitive Prozesse	4
2.2.1 Preiswahrnehmung	4
2.2.2 Preiswissen	6
2.2.3 Preisbeurteilung	6
2.3 Preisintentionen	7
3 Ausgewählte Phänomene der Behavioral Pricing-Forschung	9
3.1 Top-down-Effekt	9
3.2 Reihenfolgeeffekt	12
3.3 Effekt der Variantenvielfalt	14
4 Definition der zentralen Forschungshypothesen	18
5 Trainings- und Qualifizierungsangebot der Volkswagen AG	21
5.1 Verkäufertraining „preisstabil und abschluss sicher“	21
5.2 Schulungseinheit „Behavioral Pricing“	21
5.2.1 Screening Top-down-Effekt	22
5.2.2 Reihenfolgeeffekt	24
5.2.3 Effekt der Variantenvielfalt	25
5.3 Ablauf des Verkäufertrainings „preisstabil und abschluss sicher“	26
5.4 Erfahrungen aus dem Verkäufertraining „preisstabil und abschluss sicher“	27
6 Experimentelles Untersuchungsdesign	28
6.1 Beschreibung der Neuwagenverkäufer	28
6.2 Beschreibung der erzielten Neuwagenverkäufe	30
7 Empirische Untersuchung	33
7.1 Auswertung der Forschungshypothese H1	33
7.2 Auswertung der Forschungshypothese H2	38
8 Interpretation der empirischen Ergebnisse	42

9	Sondermodelle	44
9.1	Beschreibung der Neuwagenverkäufer im Rahmen der Sondermodellbetrachtung.....	45
9.2	Beschreibung der erzielten Neuwagenverkäufe im Rahmen der Sondermodellbetrachtung.....	47
9.3	Auswertung der Forschungshypothesen H1 und H2 im Rahmen der Sondermodellbetrachtung.....	48
9.4	Interpretation der empirischen Ergebnisse im Rahmen der Sondermodellbetrachtung.....	51
10	Nachhaltigkeit.....	53
10.1	Beschreibung der Neuwagenverkäufer im Rahmen der Nachhaltigkeitsbetrachtung	53
10.2	Beschreibung der erzielten Neuwagenverkäufe im Rahmen der Nachhaltigkeitsbetrachtung	55
10.3	Empirische Untersuchung im Rahmen der Nachhaltigkeitsbetrachtung ...	56
10.3.1	Auswertung der Forschungshypothese H1 im Rahmen der Nachhaltigkeitsbetrachtung.....	57
10.3.2	Auswertung der Forschungshypothese H2 im Rahmen der Nachhaltigkeitsbetrachtung.....	60
10.4	Interpretation der empirischen Ergebnisse im Rahmen der Nachhaltigkeitsbetrachtung	61
11	Ausweitung der Schulungseinheit „Behavioral Pricing“	64
12	Weiterentwicklung des Seminarbausteins „Behavioral Pricing“	66
13	Schlussbetrachtung.....	72
	Literaturverzeichnis	XIII
	Anhang	XVII