



چطور مشرتري را به خاطر قيمت از دست ندهيم؟

مهندس هادي احمدي

فرآيند قيمت دادن به مشرتري خيلي ساده به نظر مي رسد. ولي زماني که در موقعيت آن قرار مي گيريد، يا قيمت خود را براي از دست ندادن مشرتري خيلي پايين بيان مي کنيد و يا با گفتن قيمت خيلي بالا، مشرتري را از دست مي دهيد. قيمت دادن به مشرتري روش و قوانين خاصي دارد که اگر آن ها را ندانيد، فروش خود را از دست خواهيد داد.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

در اين مطلب به زمان درست گفتن قيمت، روش قيمت دادن به مشتري، تكنيك هايي جهت کاهش حساسيت مشتري نسبت به قيمت و نحوه اعلام افزايش قيمت مي پردازيم.

زمان قيمت دادن به مشتري

در مبحث قيمت گذاري و وصول مطالبات، سوال رايجي كه بين فروشندگان وجود دارد اين است كه چه موقع قيمت را به مشتريان خود بگوييم؟ هر زماني كه مشتري قيمت را از شما سوال كرد.

بعضي از فروشندگان مي گويند به ما در دوره هايي كه آموزش ديديم گفتند كه قيمت را در لحظه اول به مشتري نگوئيم، زيرا مشتري از ما خريد نمي كند. بله درست است! اگر به قيمت محصول خود شك داريد و خودتان حس مي كنيد كه محصول شما گران است، هيچوقت نمي توانيد محصولتان را خوب بفروشيد و هميشه از گفتن قيمتتان ترس خواهيد داشت. مشتري اين ترس را در وجود شما حس مي كند و از شما خريد نمي كند.

چرا نبايد از همان اول به مشتري قيمت بدهيم؟

به دو دليل براي قيمت دادن به مشتري بايد صبر كنيد تا خودش بپرسد:

۱ - دليل اول اين است كه ذهن مشتري در آن لحظه درگير اين است كه قيمت محصول شما چقدر است و هرچيز ديگري كه بگوئيد تا به آن سوال پاسخ داده نشود، به هيچ چيز ديگري توجه نمي كند.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

۲- دليل دوم آن است که زماني که مشتري حس کند شما قيمت را از او مخفي مي کنيد، راجع به قيمت با او رودربايستي داريد و از گفتن قيمت مي ترسيد، متوجه مي شود که خودتان هم به ارزش محصول خود پي نبرده ايد و يا ارزش محصولتان را خيلي پايين مي دانيد. پس احتمال خريد مشتري به شدت کاهش پيدا مي کند.

نحوه قيمت دادن براي کم کردن حساسيت مشتري

اکثر مشتريان نسبت به پرداخت قيمت محصول مقاومت نشان مي دهند و يا فروشگاه شما را ترک ميکنند. در ادامه روش هايي را براي کم کردن مقاومت مشتري نسبت به قيمت محصول معرفي مي کنيم:

زمان قيمت دادن به مشتري

همانطور که در بالا نيز به ان اشاره کرديم، اين که چه زماني به مشتري قيمت را اعلام کنيد بسيار مهم است. هيچ گاه زود قيمت را اعلام نکنيد. ابتدا در مورد ويژگي هاي مثبت و مزايای محصولتان با مشتري صحبت کنيد.

استفاده از تکنیک های اعلام قيمت

يکي از تکنیک های قيمت دادن به مشتري ”تکنیک همبرگري” است. يعني ابتدا از مزايای محصول مي گوييد، بعد قيمت را اعلام مي کنيد و دوباره بخش ديگري از مزایا و ويژگي های رقابتي محصول را توضيح مي دهيد. با اين تکنیک حساسيت مشتري نسبت به قيمت بسيار کم مي شود.

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



تکنیک بعدی ”تکنیک سرشکن” است. یعنی به جای گفتن مستقیم قیمت، آن را با خدمات جانبی، طول عمر محصول و یا کارکردهای ویژه آن سرشکن می‌کنید. مثلاً می‌گویید: ”انگار که روزی ۵ هزار تومان کنار می‌گذارید.” به جای این که بگویید: ”سالانه باید ۱،۸۰۰،۰۰۰ تومان پول بدهید.”

استفاده نکردن از اعداد رند برای قیمت دادن

در این روش قیمت محصول را به جای ۱۰۰ هزار تومان، ۹۹ هزار تومان بیان کنید. در این روش ذهن مشتری قیمت محصول را در محدوده عدد ۹۰ و ارزان تر تشخیص می‌دهد.

استفاده از اعداد طلایی در قیمت

تحقیقات نشان داده اند که اگر قیمت محصول شما به اعداد ۷ یا ۹ ختم شوند، احتمال خرید مشتری از شما بیشتر می‌شود. هم چنین به خاطر رند نبودن قیمت، میزان تخفیفی که مشتری از شما درخواست می‌کند هم کمتر می‌شود.

استفاده از عباراتی مثل ناچیز یا کم هنگام قیمت دادن

استفاده از این ادبیات و لحن می‌تواند بر روی ناخودآگاه مشتری تاثیر بگذارد. مثلاً می‌گویید: ”قیمتش خیلی کم است. فقط ۱۹۰۰۰۰ تومان.” شما می‌توانید عددی را به گونه ای بگویید که در ذهن رقم بالایی جلوه کند و یا به گونه ای که رقمی کاملاً

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

پيش پا افتاده به نظر برسد. اين روش را براي اجناسي که قيمت پاييني دارند اجرا کنید.

اعلام قيمت بدون صفر

زمانی که شما قيمت محصولی را ۳۰۰۰۰ ریال قيمت گذاری می کنید، بار روانی و عصبی بیشتری روی مشتری دارد تا زمانی که می گویید ۳ هزار تومان. اساساً وجود صفرهای زياد در مقابل عدد علاوه بر سخت کردن خواندن، آن را بزرگ تر نیز نشان می دهد و ذهن مشتری برای قبول کردن آن قيمت مقاومت نشان می دهد.

مقاله مرتبط: [فروش عصبی](#)

چطور افزایش قيمت محصول را به مشتری اعلام کنیم؟

وارن بافت warren buffett می گوید: “قيمت آن چیزی است که شما می پردازيد. ارزش آن چیزی است که به دست می آوريد.” از اين که به مشتریان خود بگویید قيمت شما بالا رفته است، نترسيد.

از قبل اعلام کنید.

از مدتی قبل به مشتریان خود اعلام کنید که قيمت ها به زودی تغيير خواهند کرد.

زمينه سازی کنید.

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

افزایش قیمت محصول را همراه با ارزشی که برای مشتری دارد، مزایایی که دریافت می‌کنند و خدماتی که در آینده با آن‌ها خواهید داد اعلام کنید.

عذرخواهی نکنید.

شما کاملاً حق دارید قیمت‌های خود را تغییر دهید. تولید محصولات، خدمات و پرسنل شما هزینه دارد.

زیاد توضیح ندهید.

مشتری شما نیازی به دانستن تمام جزئیاتی که منجر به افزایش قیمت شما شده است ندارد. شما فقط با توضیحات اضافه، او را گیج می‌کنید و چیزهایی می‌گویید که ربطی به مشتری ندارد.

جایگزین‌ها

گزینه‌های دیگر را در نظر بگیرید. به جای افزایش قیمت، چه کار دیگری می‌توانید برای کاهش هزینه خدمات و تولید محصولاتتان انجام دهید؟

احساسات خود را مدیریت کنید.

احساسات خود را مدیریت کنید و بپذیرید که مکالمه با مشتریان در مورد افزایش قیمت سخت است. پس خودتان را برای هر جوابی که مشتری به افزایش قیمت شما می‌دهد آماده کنید.



اهمیت اعتماد به نفس در قیمت دادن به مشتری

نحوه گفتن قیمت نیز خیلی مهم است. هر موقعی که مشتری از شما سوال پرسید، به هیچ عنوان تعارف نکنید و با اعتماد به نفس کامل قیمت را بگویید. اعتماد به نفس شما زمان گفتن قیمت تعیین کننده این است که آیا محصول شما ارزش خریدن دارد یا خیر و این که آیا خود شما به ارزش محصولتان پی برده اید یا خیر.

اگر ارزش محصول خود را نمی دانید و حس می کنید که جنستان گران است، محصول خود را بفروشید! اول درباره محصول خود تحقیق کنید، اطلاعات کسب کنید و ارزش محصول خود را به سبکی بشناسید که هنگام سوال کردن مشتری با اعتماد به نفس قیمت را بگویید.

اگر فروشندگی های شما از گفتن قیمت ترس دارند و مدام به شما می گویند که قیمت محصول بالا است، فروش را متوقف کنید و به آنها ارزش واقعی محصول خود را بفهمانید که متوجه شوند نه تنها قیمت محصول بالا نیست، بلکه مشتری به ازای قیمت بیشتر، محصول بهتری را دریافت می کند. این بار فروشندگی شما با اعتماد به نفس قیمت را به مشتری می گوید، چون می داند که این محصول برای مشتری یک مزیت است.



مثالی از قیمت دادن به شیوه صحیح

فرض کنید دو عدد خودکار به شما می دهند و می خواهند آنها را بفروشید. قیمت واقعی یکی از آنها پنج هزار تومان است و شما باید آن را پنجاه هزار تومن بفروشید. یکی دیگر از خودکارها به ارزش واقعی پنجاه هزار تومن را باید به قیمت پنج هزار تومان بفروشید. به نظرتان چگونه پرزنت می کنید؟

در مورد خودکار اول با شک با مشتری خود صحبت می کنید. اعتماد به نفستان پایین است و مدام از گفتن قیمت فرار می کنید و سعی می کنید قیمت را دیر تر بگویید.

اما در مورد خودکار دوم تعارف نمی کنید و با اعتماد به نفس قیمت را به مشتری اعلام می کنید و منتظرید که مشتری قیمت را از شما بپرسد تا قیمت را به او بگویید. زیرا ارزش خودکار دوم را می دانید. پس محصول خود را همانند خودکار دومی پرزنت کنید.

به یاد داشته باشید نوع نگرش شما تعیین می کند که چه سیگنالی را به مشتری می دهید و نوع سیگنال شما تعیین می کند که آیا این محصول ارزش خریدن دارد یا خیر.