

نحوه گفتن قیمت



اکیانوس آبی  
آباز زندگی حرفه‌ای یک برند ...



## راهنمای جامع قیمت دادن به مشتریان

تیم تحریریه اکیانوس آبی

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

قیمت دادن به مشتریان به معنای ارائه قیمت برای محصولات و خدمات به مشتریان است. شاید فرایند **قیمت دادن** به مشتری ساده به نظر برسد اما زمانی که فروشنده و مدیر در موقعیت قرار بگیرند، ممکن است برای از دست ندادن مشتری قیمت را تا حد زیادی پایین بیاورند و یا حتی با گفتن قیمت خیلی بالا مشتری را از دست بدهند. در این مواقع است که متوجه می شویم **قیمت دادن به مشتری** آنطور که تصور می کردیم هم آسان نیست.

در فروش محصولات، قیمت دادن مودبانه از جمله مراحل مهم و حساس است. ارائه قیمت مناسب و جذاب برای مشتریان، می‌تواند به **افزایش فروش** و سودآوری کسب و کار کمک شایانی نماید. اما قیمت دادن به مشتری، چالش‌هایی را نیز در بر دارد. با **مجله اقیانوس آبی** همراه باشید:

## اصول قیمت دادن به مشتریان

اصول ارائه قیمت به مشتری عبارتند از:

- **شفافیت:** قیمت باید به صورت شفاف و قابل درک برای مشتریان اعلام شود تا آن‌ها بتوانند درک دقیقی از هزینه‌های مربوط به محصولات و خدمات داشته باشند. این امر به شما کمک می‌کند تا اعتماد مشتری را جلب کنید و او را به خرید از شما ترغیب کنید.
- **سادگی:** قیمت باید به صورت ساده و قابل فهم برای مشتریان اعلام شود تا برای آن‌ها قابل درک باشد و باعث ایجاد اعتماد بیشتر در بین مشتریان شود.
- **ارائه توضیحات:** برای اینکه مشتریان بتوانند بهترین تصمیم را در مورد خرید بگیرند، باید توضیحات کافی در مورد قیمت و هزینه‌های مربوط به محصولات و خدمات ارائه شود.

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

- **ارائه تخفيف‌هاي مناسب:** ارائه تخفيف‌هاي مناسب براي جذب مشتريان جديد و حفظ مشتريان قديمي مي‌تواند باعث افزايش فروش و رضايست مشتريان شود.
- **قيمت گذاري متناسب با كيفيت:** قيمت بايد متناسب با كيفيت محصول و خدمات تعيين شود تا مشتريان براي خريد محصولات و خدمات بيشتر ترغيب شوند.
- **رعايست رقيبست:** بايد قيمت‌ها در مقايسه با رقيبست رقيبست در بازار، منطقي و عادلانه باشند.
- **تغييرات قيمت:** تغييرات قيمت بايد به مشتريان به صورت شفاف و درست اطلاع داده شود تا آن‌ها بتوانند براي خريد محصولات و خدمات تصميم‌گيري مناسب داشته باشند.
- **ارائه گزينه‌هاي قيمتي مختلف:** ارائه گزينه‌هاي قيمتي مختلف براي محصولات و خدمات، به مشتريان امكان مي‌دهد تا بر اساس نياز و بودجه خود، انتخاب مناسبی را انجام دهند.
- **احترام به مشتري:** در هرگونه اعلام قيمت، بايد به مشتريان با احترام و شفافيت روي بياييم تا رابطه مطلوبي با آن‌ها برقرار كنيم. قيمت دادن مودبانه، به خصوص هنگام اعلام قيمت، كليدي براي ايجاد يك رابطه پايدار و اعتمادآميز است.

## چطور حساسيت مشتري را نسبت به قيمتي كه ارائه مي دهيم كم كنيم؟

اکثر مشتريان نسبت به پرداخت قيمت محصول مقاومت نشان مي دهند و يا فروشگاه شما را ترک مي کنند. در ادامه روش‌هايي براي نحوه قيمت دادن به مشتري را بررسي مي‌کنيم تا حساسيت و مقاومت آن‌ها را نسبت به قيمت كم كنيد:

### ۱. آموزش نحوه قيمت دادن به فروشندگان

براي مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

می توان گفت که اولین و بهترین روش قیمت دادن، آموزش دادن به نیروهای فروش است. اگر نیروهای فروش شما یاد بگیرند که چطور و با چه اصولی به مشتری قیمت بدهند، دیگر نباید نگران از دست دادن مشتری ها و یا مقاومتشان نسبت به قیمت باشید.

برای هر بهانه مشتری پاسخی تهیه کنید و در اختیار کارمندان فروش قرار دهید. اگر بخش فروش سازمان خود را سیستمی و منظم کنید، تقریباً تمام مشکلات شما حل خواهد شد. پس روی **سیستمی کردن واحد فروش** سازمان خود سرمایه گذاری کنید.

این نکته را نیز به خاطر داشته باشید که آموزش پرسنل نیز نیاز به یک برنامه دقیق و از پیش تعیین شده دارد. در این راستا به شما پیشنهاد می کنیم که برای **سیستمی کردن بخش آموزش و فرهنگ سازمانی** خود نیز برنامه ریزی کنید.

## ۲. تاثیر زمان روی قیمت دادن

همانطور که در بالا نیز به آن اشاره کردیم، این که چه زمانی به مشتری قیمت را اعلام کنید بسیار مهم است. هیچ گاه زود قیمت را اعلام نکنید تا مشتری نسبت به قیمت شما حساس نشود. به جای آن ابتدا در مورد ویژگی های مثبت و مزایای محصولاتان با او صحبت کنید و هرگاه قیمت را پرسید به او پاسخ بدهید. اگر مشتری نسبت به محصول شما علاقه ای نشان ندهد، نیازی به قیمت دادن نیست.

## ۳. استفاده از تکنیک همبرگری اعلام قیمت

یکی از تکنیک های قیمت دادن به مشتری ”**تکنیک همبرگری**” است. یعنی ابتدا از مزایای محصول می گوئید، بعد قیمت را اعلام می کنید و دوباره بخش دیگری از مزایا و ویژگی های

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

رقابتي محصول را توضيح مي دهيد. با اين تكنيك حساسيت مشتري نسبت به قيمت بسيار كم مي شود.

#### ۴. استفاده از تكنيك سرشكن در قيمت دادن

تكنيك بعدي در نحوه قيمت با احترام به مشتري "تكنيك سرشكن" است. يعني به جاي گفتن مستقيم قيمت، آن را با خدمات جانبي، **طول عمر محصول** و يا كاركردهاي ويژه آن سرشكن مي كنيد. مثلا مي گوييد: "انگار كه روزي ۵ هزار تومان كنار مي گذاريد". به جاي اين كه بگوييد: "سالانه بايد ۱,۸۰۰,۰۰۰ تومان پول بدهيد".

#### ۵. استفاده نكردن از اعداد رند براي قيمت دادن

در اين روش قيمت دادن به مشتري، قيمت محصول را به جاي ۱۰۰ هزار تومان، ۹۹ هزار تومان بيان كنيد. استفاده از اعداد طلايي در قيمت گذاري، باعث مي شود كه ذهن مشتري قيمت محصول را در محدوده عدد ۹۰ و ارزان تر تشخيص دهد .

#### ۶. استفاده از اعداد طلايي در نحوه قيمت دادن به مشتري

تحقيقات نشان داده اند كه اگر قيمت محصول شما به اعداد ۷ يا ۹ ختم شوند، احتمال خريد مشتري از شما بيشتر مي شود. هم چنين به خاطر رند نبودن قيمت، ميزان تخفيفي كه مشتري از شما درخواست مي كند هم كمتر مي شود.

#### ۷. استفاده از عباراتي مثل ناچيز يا كم هنگام قيمت دادن

استفاده از اين ادبيات و لحن مي تواند بر روي ناخودآگاه مشتري تاثير بگذارد. مثلا مي گوييد: "قيمتش خيلي كم است. فقط ۱۹۰۰۰۰ تومان". شما مي توانيد عدد قيمت را به گونه اي بگوييد

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



که در ذهن رقم بالایی جلوه کند و یا به گونه ای که رقمی کاملاً پیش پا افتاده به نظر برسد. این روش را برای اجناسی که قیمت پایینی دارند اجرا کنید. این نحوه قیمت دادن به مشتری از متدهای **فروش عصبی** است.

## ۸. اعلام قیمت بدون صفر

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

## برای قیمت دادن به مشتری چه زمانی مناسب است؟

در مبحث قیمت گذاری و **وصول مطالبات**، سوال رایجی که بین فروشندگان وجود دارد این است که چه موقع قیمت را به مشتریان خود بگوییم؟ هر زمانی که مشتری قیمت را از شما سوال کرد.

بعضی از فروشندگان می گویند در دوره هایی که آموزش دیدیم، به ما گفتند که موقع قیمت دادن، قیمت را در لحظه اول به مشتری نگوییم، زیرا مشتری از ما خرید نمی کند. بله درست است! اگر به قیمت محصول خود شک دارید و خودتان حس می کنید که محصول شما گران است، هیچوقت نمی توانید محصولاتان را خوب بفروشید و همیشه از گفتن قیمتتان ترس خواهید داشت. مشتری این ترس را در وجود شما حس می کند و از شما خرید نمی کند.

– چرا نباید از همان اول به مشتری قیمت بدهیم؟

به دو دلیل برای قیمت دادن به مشتری باید صبر کنید تا خودش بپرسد:

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



**دليل اول:** اين است که ذهن مشتري در آن لحظه درگير اين است که قيمت محصول شما چقدر است و هرچيز ديگري که بگوييد تا به آن سوال پاسخ داده نشود، به هيچ چيز ديگري توجه نمی کند.

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

## چطور افزايش قيمت محصول را به مشتري اعلام کنیم؟

**آيا می دانيد چطور بدون از دست دادن مشتري قيمت خود را بالا ببريد و نحوه قيمت دادن به**

**مشتري چطور بايد باشد؟**

وارن بافت **warren buffett** می گوید: "قيمت، آن چيزی است که شما می پردازيد. ارزش، آن چيزی است که به دست می آوريد." از اين که به مشتريان خود بگوييد قيمت شما بالا رفته است، نترسيد.

**۱. قيمت را از قبل اعلام کنید.**

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

**۲. برای افزايش قيمت زمينه سازی کنید.**

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

افزايش قيمت محصول را همراه با ارزشي که براي مشتري دارد، مزايائي که دريافت مي کنند و خدماتي که در آينده با آن ها خواهيد داد اعلام کنيد.

### ۳. براي تغيير قيمت عذرخواهي نکنيد.

شما کاملاً حق داريد قيمت هاي خود را تغيير دهيد. توليد محصولات، خدمات و پرسنل شما هزينه دارد.

### ۴. زياد توضيح ندهيد.

مشتري شما نيازي به دانستن تمام جزئياتي که منجر به افزايش قيمت شما شده است ندارد. شما فقط با توضيحات اضافه، او را گيج مي کنيد و چيزهايي مي گوييد که ربطی به مشتري ندارد.

### ۵. از جاگزين هاي افزايش قيمت استفاده کنيد.

گزينه هاي ديگر را در نظر بگيريد. به جاي افزايش قيمت، چه کار ديگري مي توانيد براي کاهش هزينه خدمات و توليد محصولاتتان انجام دهيد؟

### ۶. احساسات خود را مديريت کنيد.

احساسات خود را مديريت کنيد و بپذيريد که مکالمه با مشتريان در مورد افزايش قيمت سخت است. پس خودتان را براي هر جوابي که مشتري به افزايش قيمت شما مي دهد آماده کنيد.

## اهميت اعتماد به نفس در قيمت دادن به مشتري

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



هنگام **مذاکره با مشتری**، نحوه گفتن قیمت نیز خیلی مهم است. 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 **نفروشید!** اول تحقیقات بازار انجام دهید، یعنی درباره محصول خود تحقیق کنید، اطلاعات کسب کنید و ارزش محصول خود را به سبکی بشناسید که هنگام سوال کردن مشتری قیمت دادن به او را با اعتماد به نفس انجام دهید.

اگر فروشنده های شما از قیمت دادن به مشتری 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 فروشنده 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 هزارتومان بفروشید. به نظرتان چگونه پرزنت می کنید؟

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

در مورد خودکار اول با شك با مشتري خود صحبت مي كنيد. اعتماد به نفستان پايين است و مدام از قيمت دادن فرار مي كنيد و سعي مي كنيد قيمت را ديرتر بگوييد.

اما در مورد خودكار دوم تعارف نمي كنيد و با اعتماد به نفس قيمت را به مشتري اعلام مي كنيد و منتظر يد كه مشتري قيمت را از شما بپرسد تا قيمت را به او بگوييد. زيرا ارزش خودكار دوم را مي دانيد. **پس محصول خود را همانند خودكار دومي پرزنت كنيد.**

به ياد داشته باشيد نوع نگرش شما تعيين مي كند كه چه سيگنالي را به مشتري مي دهيد و نوع سيگنال شما تعيين مي كند كه آيا اين محصول ارزش خريدن دارد يا خير.

## نتيجه گيري

ما در **گروه اقيانوس آبي** با توجه به نياز مديران، در اين مقاله در مورد قيمت دادن و قيمت گذاري صحبت كرديم. به نحوه قيمت گذاري محصول، نحوه كم كردن حساسيت مشتري نسبت به قيمت و نحوه قيمت دادن به مشتري هنگام افزايش قيمت اشاره كرديم و گفتيم كه زمان قيمت دادن به مشتري وقتي است كه او قيمت را مي پرسد.

هم چنين در مورد استراتژي هاي قيمت گذاري و اصول قيمت گذاري كه باعث جذب مشتري مي شوند نيز مفصل صحبت كرديم. اميدواريم اين مقاله در رضايت مشتريان شما موثر واقع شود و بتوانيد از آن به عنوان يكي از شگردهاي فروش بيشتر استفاده كنيد.

## سوالات متداول

۱. متن قيمت دادن به مشتري چه ويژگي هايي دارد؟

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



**شفاف و واضح باشد:** بدون پیچیدگی و به زبانی ساده قیمت را بیان کند.

**ارزش محصول یا خدمات را نشان دهد:** فقط به عدد نگاه نکند، بلکه به مشتری توضیح

دهد که چرا این قیمت مناسب است.

**به مشتری احترام بگذارد:** با لحنی مودبانه و دوستانه، قیمت را اعلام کند.

به سوالات مشتری پاسخ دهد: آمادگی پاسخگویی به سوالات مشتری را داشته باشد.

---

## ۲. چگونه می‌توان از نظر مشتریان در مورد قیمت‌گذاری مطلع شد؟

---

برای آگاهی از نظر مشتریان درباره قیمت‌گذاری، می‌توانید از روش‌های زیر استفاده کنید:

نظرسنجی و پرسشنامه: به صورت مستقیم از مشتریان درباره رضایت آن‌ها از قیمت‌ها

سوال کنید.

تحلیل بازخوردها: نظرات مشتریان در شبکه‌های اجتماعی، ایمیل‌ها و نظرسنجی‌های

آنلاین را بررسی کنید.

مصاحبه با مشتریان: با برخی از مشتریان به صورت مستقیم مصاحبه کرده و نظرات آن‌ها

را جویا شوید.

گروه‌های کانونی: با تشکیل گروه‌های متمرکز از مشتریان، به بحث و تبادل نظر درباره

قیمت‌ها بپردازید.

---

## ۳. اعداد طلایی در قیمت‌گذاری چه هستند و چگونه کار می‌کنند؟

---

اعداد طلایی در قیمت‌گذاری، اعدادی هستند که با ۹ یا ۷ تمام می‌شوند (مثلاً ۱۹۹، ۲۹۹،

۳۹۷). وقتی ما قیمتی را می‌بینیم که به این اعداد ختم می‌شود، ناخودآگاه فکر می‌کنیم

که این محصول یا خدمت ارزان‌تر از چیزی است که هست. این باعث می‌شود بیشتر

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

وسوسه شويم که آن را بخريم.

و همچنين گفتن قيمت با احترام و با اين اعداد باعث می‌شود مشتري حس کند که به او

تخفيف داده‌ايم و در نتيجه، بيشتر به خريد ترغيب شود.

---