

ضمیمه شماره ۱۵

آشنایی مقدماتی با چند روش قیمت گذاری

مقدمه

روش های مختلفی برای قیمت گذاری کالاها، خدمات، محصول - خدمت در دنیا وجود دارد که بر اساس نگرش های مختلف توسط اقتصاددانان، مشاوران مالی، مشاورین بازرگانی و بازاریابی ارائه می شوند.

بنابراین صاحبان کسب و کارها یا تولیدکنندگان با طیف وسیعی از روش ها مواجه اند که بعضا انتخاب را برای آنها دشوار می کند. از این رو، بهتر است ابتدا با چند شیوه کلی قیمت گذاری آشنا شد و در ادامه پس از بررسی ترازهای مالی اقدام به استفاده از شیوه های مختلف قیمت گذاری کرد.

به همین جهت، در ادامه این سند مکتوب قصد داریم تا قواعد کلی بازی قیمت گذاری را به همراه مثال های ملموس خدمت شما معرفی کنیم.

لازم به ذکر است که رعایت این قوانین در زمان مشارکت و همکاری در فروشگاه و وبسایت مجتمع آموزشی بانو امین ضروری می باشد.

گام اول

آشنایی با نوع محصول یا خدمات
وبسایت و فروشگاه

دسته های مختلف کالا و خدمات ارائه شده در سایت.....

۱- کالا (کلیه تولیدات ملموس که کالا قلمداد شود)

مثال: لوازم، تولیدات، صنایع دستی، محصولات خوراکی و کالاهای تزئینی و نظیر آن هنری

۲- خدمات عمومی (خدمات به هر گونه فعالیت ارزش افزا که کالا قلمداد نشود)

مثال: خدمات مشاوره، کسب و کار، عکاسی، کار با نرم افزار، تولید محتوا و نظیر آن

۳- خدمات آموزشی (کلیه خدماتی که در غالب بستگی آموزشی و دوره های یادگیری ارائه

می شوند.)

شامل کلیه دوره های آموزش غیر حضوری، آموزش حضوری، آموزش ترکیبی (حضوری و مجازی)

گام دوم

آشنایی با استراتژی های قیمت گذاری در وبسایت

سه استراتژی کلی برای قیمت گذاری وجود دارد

- قیمت گذاری بر حسب هزینه (Cost-Based Pricing)
- قیمت گذاری بر حسب ارزش کالا در ذهن مشتری (Perceived-Value Pricing)
- قیمت گذاری بر اساس بازار (market-based pricing)

❑ قیمت‌گذاری بر حسب هزینه (Cost-Based Pricing)

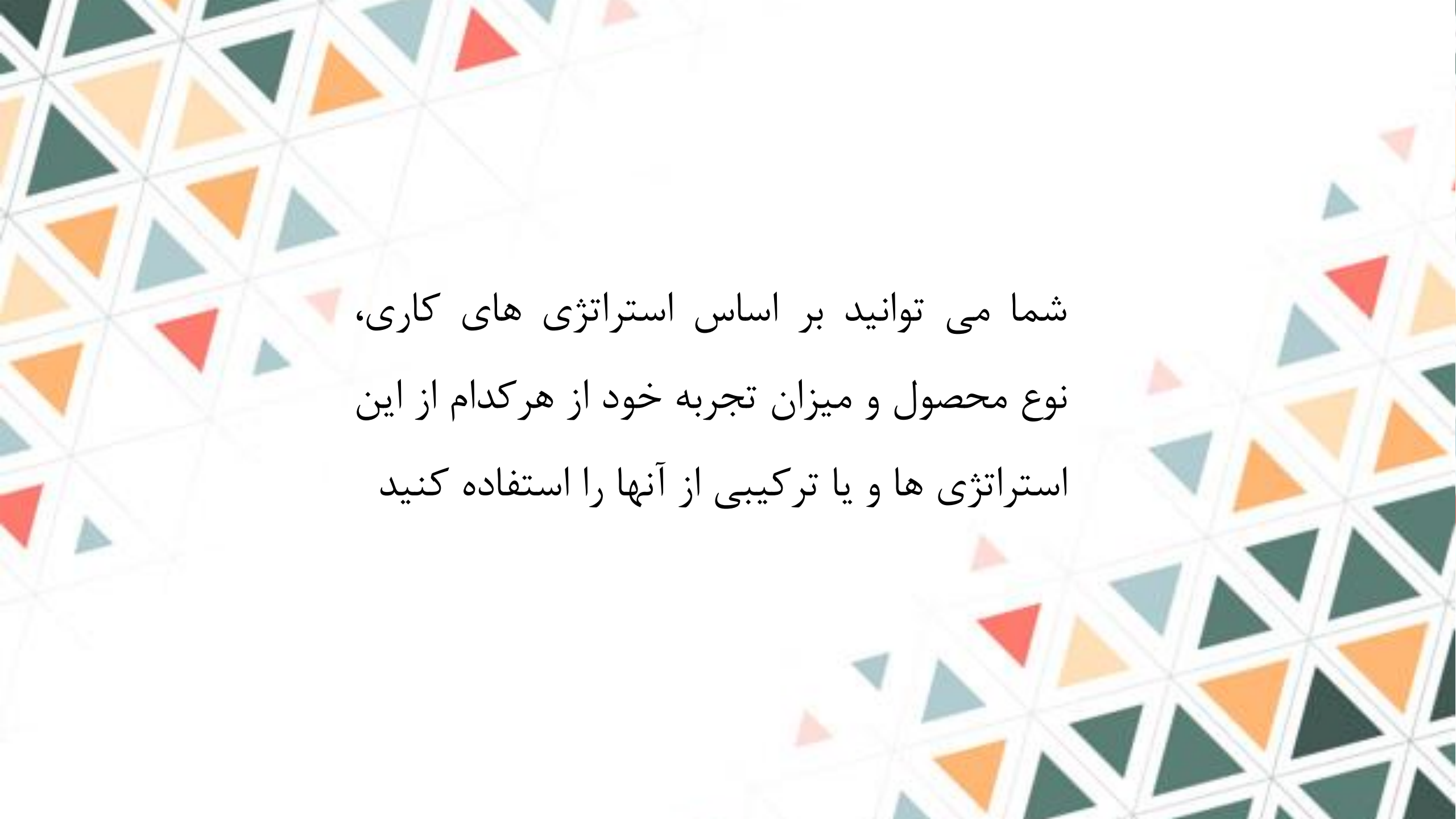
استراتژی قیمت‌گذاری بر مبنای هزینه به این صورت است که شما ابتدا هزینه تولید یا خدمات خود را محاسبه می‌کنید سپس درصدی از سود را به آن اضافه می‌کنید.

❑ قیمت‌گذاری بر حسب ارزش کالا در ذهن مشتری (Perceived-Value Pricing)

در این روش بر اساس ارزش در ذهن مشتری یکی از روش‌های نوین و بسیار جالب قیمت‌گذاری در دنیا می‌باشد در این روش بیان می‌شود، مشتری فقط و فقط حاضر است به اندازه ارزشی که کالا یا خدمت شما برای او دارد، هزینه پرداخت کند. در این روش شما باید به عوامل بسیار زیادی توجه کنید: کیفیت محصول، قدرت برند، وضعیت بازار و سایر عوامل.

❑ قیمت‌گذاری بر اساس بازار (market-based pricing)

قیمت‌گذاری بر اساس شرایط بازار به این مفهوم است که باید بازار (کشور، محله، صنعت و جامعه جهانی) را بررسی کنید. بررسی شود که محصول یا خدمت مشابه شما را با چه قیمتی ارائه می‌کند و مردم چقدر حاضر هستند برای این محصول هزینه کنند.



شما می توانید بر اساس استراتژی های کاری،
نوع محصول و میزان تجربه خود از هر کدام از این
استراتژی ها و یا ترکیبی از آنها را استفاده کنید

گام سوم

چند روش
قیمت گذاری
متداول

ماتریس قیمت گذاری

	کیفیت پایین	کیفیت بالا
قیمت پایین	<p><u>اقتصادی</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - محصول مشابه زیاد - قیمت پایین - بازاریابی حداقلی: برای اینکه قیمت ها را پایین نگه دارید، زیاد به سراغ بازاریابی نمی روید. 	<p><u>نفوذی</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - قیمت پایین: کمترین قیمت ممکن برای محصول با خدمت - افزایش قیمت: زمانی که مشتری به اندازه کافی پیدا کردید، قیمت را افزایش دهید
قیمت بالا	<p><u>فرصت طلبانه</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ارسال به بازار با قیمت بالا تا زمانی که محصول شما خاص باشد - زمان بندی درست: زمانی که خلا محصول در بازار باشد می توانید قیمت را افزایش دهید - کاهش قیمت: بعد از مدتی با ورود رقبا باید قیمت را پایین بیاورید. 	<p><u>بلند پروازانه</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ارسال به بازار با بالاترین قیمت ممکن - ارزش افزوده: محصول خود را با یک برند معروف پیوند بزنید - شخصی سازی: با این کار می توانید محصول را با قیمت بالاتر بفروش برسانید و مشتری اعتراض نخواهد کرد

قیمت گذاری محصول به روش حجم تولید

$$\{\text{پیش بینی فروش (واحد) / هزینه های ثابت}\} + \text{هزینه های متغیر} = \text{هزینه واحد}$$

فرض کنید که شما تولید کننده هستید و لیست هزینه های شما به این صورت می باشد:

هزینه های متغیر ۱۰ تومان
هزینه های ثابت ۳۰۰۰۰۰ تومان
پیش بینی فروش (تعداد) ۵۰۰۰۰ عدد

بر این اساس، متوسط هزینه هر محصول شما به صورت زیر محاسبه می شود:

$$۱۰ + ۳۰۰۰۰۰ / ۵۰۰۰۰ = ۱۶ = \text{هزینه واحد}$$

قیمت گذاری به روش ارزش در نظر مشتری

{درصدی از قیمت به دلیل ارزش کالا یا برند} + قیمت محصولات مشابه در بازار = **قیمت فروش**

فرض کنید که فروشگاه های زنجیره ای عطاویچ همبرگر های خود را به قیمت ۷۰ هزار تومان به فروش می رساند
قیمت همبرگر های مشابه در فست فود های دیگر بین ۵۰ تا ۶۰ هزار تومان است.

شما هم قرار می توانید همبرگرهای خوشمزه خانگی تولید کنید. در این صورت می توانید میانگین قیمت بازار را در نظر بگیرید و مقداری به عنوان ارزش همبرگر خانگی به قیمت پایه اضافه کنید (مقدار افزوده شده به قیمت پایه اختیاری می باشد و اگر در ابتدای راه هستید بهتر است از این روش استفاده نکنید)
بر این اساس، قیمت همبرگرهای شما:

$$۶۰۰۰۰ = (۱۰۰۰۰ \text{ ارزش خانگی و سالم بودن همبرگر}) + ۵۰۰۰۰ = \text{قیمت هر همبرگر}$$

قیمت گذاری متغیر بر اساس حجم و نوع سفارش

{درصدی حاصل از توافق با مشتری} + قیمت پایه در بازار = **قیمت فروش**

فرض کنید خدمات شما عکاسی حرفه ای می باشد.

در حرفه عکاسی بخشی از کار بر اساس قیمت مصوب اتحادیه می باشد (خودتان باید از ابلاغیه های اتحادیه حوزه کاری تان پیگیری کنید) و برخی دیگر از خدمات عکاسی انتخابی می باشد و قیمت را فرد عکاس بر اساس تجربه فردی و میزان خاص بودن پیشنهادش تعیین می کند.

بر این اساس، قیمت شما برای کار عکاسی:

قیمت پایه عکاسی ۳*۴ بر اساس ابلاغیه اتحادیه : هر ۶ فریم ۱۵۰۰۰ تومان

قیمت هر ۶ فریم عکس اضافی در عکاسی مدرسه: ۶۰۰۰ تومان

خدمات اسکن و چاپ بزرگتر عکس در حالت های خاص: ۸۰۰۰ تومان

۱۵۰۰۰ = قیمت ۶ فریم عکس

۲۳۰۰۰ = ۱۵۰۰۰ + ۶۰۰۰ = قیمت ۱۲ فریم عکس

۲۹۰۰۰ = ۱۵۰۰۰ + ۶۰۰۰ + ۸۰۰۰ = قیمت ۱۲ فریم عکس به همراه چاپ عکس در سایز بزرگتر

قیمت گذاری بر مبنای هزینه

هزینه تمام شده کالا و خدمت = قیمت فروش

فرض کنید خدمات شما کیف چرمی با دوخت خاص و گلدوزی تهیه می کنید در حرفه به دلیل تفاوت در مواد به کار رفته و سایر تزئینات قیمت ثابتی وجود ندارد. شما می توانید به روش زیر هزینه های خود را محاسبه کنید:

قیمت خرید چرم برای تولید هر ۱۲ کیف پول: ۹۹۶۰۰۰ تومان می باشد (هر کیف حدود ۸۳۰۰۰ تومان)

قیمت خرید نخ برای ۱۲ کیف پول: ۷۲۰۰۰ تومان (بر هر کیف ۶۰۰۰ تومان)

چسب و سایر مواد جانبی: ۹۰۰۰۰ تومان (برای هر کیف ۷۵۰۰ تومان)

$$۹۶۵۰۰ = ۸۳۰۰۰ + ۶۰۰۰ + ۷۵۰۰ = \text{قیمت هر کیف پول}$$

قیمت گذاری روانی

قیمت هیجانی و در لحظه برای مشتری = **قیمت فروش**

فرض کنید خدمات شما خدمات تولید پاور پوینت حرفه ای ارائه می دهید. شما می توانید برای ایام خاصی مانند تاریخ ارائه های کلاسی، مراسم ها و سایر موارد از قیمت گذاری روانی استفاده کنید. به این صورت که:

قیمت پاور پوینت حرفه ای ۱۰ اسلاید در بازار حدود از قیمت ۵ هزار تومان تا ۲۰ هزار تومان باشد و شما برای یک پاور پوینت ۳۰ صفحه ای قیمتی معادل ۶۰ هزار تومان را می گیرید. اما در ایام امتحانات تبلیغاتی انجام می دهید و قیمت را به ۴۹۹۹۹ تومان کاهش می دهید تا مشتری جذب کنید

- ۱- هر این روش به جای اعداد رند از اعداد خرده استفاده کنید: به جای ۵۰۰۰ تومان بنویسید ۴۹۹ تومان.
- ۲- استفاده از قیمت مرجع: مثلا اعلام کنید سایت فرادرس پاورپوینت را بین ۷۰ تا ۱۰۰ هزار تومان می گیرد و من ۵۰ تا ۷۰ تومان می گیرم.



هنر نما سه بعدی
مناسب برای دکور 🖼️
اتاق کودک 🧸
هدیه 🎁

✓ تعداد جلسات: ۲ جلسه ۳ ساعته
✓ رده سنی: بالای ۱۰ سال



مثال یک:

روش پیشنهادی: ارزش در نظری مشتری یا
روش محاسبه هزینه و درصدی سود

شما می توانید قیمت آموزش این بازار را
بررسی کنید و سپس یکی از دو روش
پیشنهادی را برای کار خود انتخاب کنید

دقت کنید که کیفیت عکس و اطلاعات نقش
مهمی در ترغیب مشتری دارند.

مثال دو:

روش پیشنهادی: ارزش در نظری مشتری،
قیمت گذاری بر مبنای هزینه.

شما می توانید قیمت آموزش این بازار را
بررسی کنید و سپس یکی از دو روش
پیشنهادی را برای کار خود انتخاب کنید

دقت کنید که کیفیت عکس و اطلاعات نقش
مهمی در ترغیب مشتری دارند.



بافت سبد تریکو



✓ ورکشاپ تک جلسه
۴ساعته



مناسب برای جای نون 🍞
لوازم آرایش و برس 🧴
سطل زباله 🗑️
و ...

مثال سه:

روش پیشنهادی: قیمت گذاری بر مبنای هزینه،

موضوع: دوره آموزش پاورپوینت

هزینه دوره مقدماتی آموزش پاورپوینت ۵ جلسه

۵۰۰۰۰ تومان (اصول اولیه کار با پاورپوینت)

* هزینه دوره پیشرفته طبق جدول زیر محاسبه می

شود:

مهارت	تعداد جلسات	هزینه دوره
استفاده از افکت های حرفه ای	۱ جلسه	۱۰۰۰۰
ساخت فیلم	۲ جلسه	۲۰۰۰۰
موشن گرافی	۵ جلسه	۴۵۰۰۰
اینفوگراف	۲	۴۰۰۰۰
ادیت عکس	۱	۲۰۰۰۰

مخاطب شما برای سطح مقدماتی ۵۰۰۰۰ تومان می پردازد.
برای سطح پیشرفته می تواند هر کدام از خدمات جدول را انتخاب کرده
و آموزش مربوطه را ببینید
مثال:

انتخاب آموزش مقدماتی (۵۰۰۰۰) + ساخت فیلم (۲۰۰۰۰) = هزینه کل ۷۰۰۰۰ تومان

البته شما می توانید برای آموزش سطح مقدماتی و پیشرفته به مشتری
خود تخفیف بدهید:

هزینه دوره مقدماتی: ۵۰۰۰۰ تومان

هزینه کل دوره پیشرفته: ۱۳۵۰۰۰ تومان

جمع کل: ۱۸۵۰۰۰ تومان

(تخفیف خرید همزمان کل بسته آموزشی): ۳۰۰۰۰-

جمع پس از کسر تخفیف: ۱۵۵۰۰۰ تومان

مخلص کلام...

شما به عنوان صاحب یک کسب و کار باید قادر باشید در چند جمله کوتاه مشتری خود را قانع کنید تا از شما خدمات دریافت کند و یا محصول بخرد.

{قیمت گذاری تنها شروع کار است و باید گام های زیادی برای بازاریابی و جذب مشتری برداشته شود}



از همراهی شما سپاسگزاریم