

# Презентация цены



**Важно помнить, что демонстрировать ЦЕНУ  
надо в «нужном» месте и в «нужной» форме**



# Правила демонстрации цены

## 1. Заинтересовать!

Цену называйте только после того, как Вы возбудили интерес Клиента «завели» его.

ПОМНИТЕ! Любая цена кажется покупателю слишком высокой до тех пор, пока он не узнает:

- \* для чего ему это нужно;
- \* какие преимущества и какую пользу он получает;

## 2. Про ЦЕНУ говорим в конце беседы!

Если Вы назовете цену в начале беседы, можете вызвать сильные возражения Клиента.

*Пример: «Сколько стоит?»*

*Ответ: «Я Вам назову цену чуть позже, когда Вы увидите выгоды от размещения у нас. Цена зависит от количества позиций, которые Вы захотите разместить на портале, от приоритетности выдачи Ваших товаров и вашей компании в рубриках»*

**!!!** Если же Клиент продолжает настаивать на ответе, Вы, конечно, должны ему ответить – озвучить цену и закрыть ее выгодой: тем, что Клиент получит от размещения (*Это стоит 25 тысяч, в эту стоимость входит :*

- \* *Создание продающего сайта;*
- \* *Размещение всего ассортимента;*
- \* *Привлечение целевая аудитории города в течении 1 года;*
- \* *Ухаживания за Вашим сайтом наших экспертов в течении всего срока размещения*

# Правила демонстрации цены

## 3. Продавать Ценность

Сначала представить Клиенту свойства Близко.ру под его потребности так, чтобы он увидел свою выгоду, которую получит от размещения.

*Пример:*

*«Вы получите выход на интересующую Вас аудиторию, что позволит максимально эффективно решить свои бизнес – задачи (привлечь новых Клиентов, увеличить прибыль и т.д.)».*

## 4. Продавать дополнительную пользу

упоминайте не только прямую, но и косвенную пользу, и выгоду от сотрудничества с Близко.ру

Делайте акцент на том, что Клиент получит ряд дополнительных преимуществ: *«Реальная эффективность, Прозрачные продажи, витрина, медийная реклама и т.д.»*

# Правила демонстрации цены

## 5. Делать скидку всегда за что-то

*Пример: «Сделайте скидку»*

*Ответ: «Давайте я сначала расскажу Вам, что входит в стоимость пакета: конкретное кол-во товаров, приоритетность в выдаче (проговариваем какая), обслуживание техническим специалистом; продвижение в поисковиках; привлечение именно ваших потенциальных покупателей (можно указать рынки)».*

*«Я понимаю ваше желание получить скидку!*

*Давайте обсудим, на каких условиях мы предоставляем скидки».*

- 1. Мы готовы будем ее предложить за скорость принятия решения. При оплате в течении 5 дней, скидка составит.....%;*
- 2. При единовременной оплате;*
- 3. ....*



*! Возможно: предложить заменить скидку на рассрочку, если вы понимаете, что дело не в цене, а в факте наличия свободных денег у Клиента.*

# Способы обоснования цены

## 1. способ уменьшения

(разбивка цены на более мелкие составляющие).

Проговорите стоимость ежемесячного размещения.

## 2. способ бутерброда:

назовите цену, а «сверху положите» подобно слою масла все преимущества для клиента, которые ему дает ваше предложение.

## 3. способ гамбургера:

поместите цену между двумя «слоями», отражающими пользу для Клиента;

## 4. способ умножения:

объясните суть преимущества (пользы) для Клиента при помощи математических расчетов: сравните стоимость размещения с чеком от одного покупателя Клиента (если недостаточно, то - \*умножьте на количество покупок, которое этот покупатель произведет в год\*умножьте на предположение, сколько таких Клиентов может быть с Близко.ру).

# Способы обоснования цены

Какая информация нам нужна?	Что нам даст ответ?
1. Данные конкурентов: посетители, звонки, покупатели?	Данные помогут для расчета прогноза
1. Какое количество у Вас товаров в ассортименте?	Сможем посчитать примерное количество посетителей
3. Какая часть Клиентов, из тех, что звонят Вам, потом совершают покупку	Видим какие инструменты эффективности использует. Можем нашу конверсию предположить.
4. . Какая доля Клиентов из тех, кто совершает первую покупку, становится потом постоянными? Сколько покупок в год в среднем они совершают?	Узнаем средний чек в год, чтобы сравнить с годовым размещением на Близко. Ру (Если Клиент не может ответить точно – то запрашиваем информацию «по ощущениям»).
5. Какой % чистого дохода в вашем бизнесе?	Дает возможность сопоставить затраты и полученную прибыль.

- Вопросов нужно задавать ДОСТАТОЧНОЕ количество.
- Задавать вопросы, когда Клиент уже хотя бы частично заинтересовало предложением
- Объяснять для чего задаем эти вопросы







## Как отработать возражение «у вас ДОРОГО или НЕТ денег» 😊

Клиент говорит «дорого» , если:

- \* Не видит эффекта в том предложении , что сделал продавец
- \* Нет денег на рекламу
- \* Хочет получить скидку

Действия:

Уточнить с кем сравнивают

Показать эффективность пакета и аудиторию, которую получит клиент, показать статистику конкурента

Посчитать цену за месяц

Перечислить все выгоды приоритетного пакета, дополнительные услуги , которые получит клиент – например, «за эту стоимость Вы получите не только продающий сайт, но и привлечение покупателя в течении года»

Посчитать ВЫГОДУ

## Как обработать возражение «дайте рассрочку»



Клиент: *«Дайте рассрочку»,*

Продавец: *«На пакет «золото» в нашей компании не предусмотрена рассрочка, рассрочка предусмотрена только на пакет «Платина»  
.....(условия рассрочки).*

1. На данный момент «Рассрочка» является инструментом для работы с Клиентом.
2. Если Клиент просит рассрочку, получаем от него подтверждение о размещении (пакет, сумма, срок) и берет таймаут для обсуждения с Руководителем. Перезваниваем и оглашаем решение.
3. Сообщаем Клиенту, что при предоставлении скидки на размещение компания не предоставляет рассрочку платежа.
4. Рассрочка дается за что-то (как и скидка)
5. Брать паузу. Чтобы обсудить с руководством.
6. Предварительно выяснить в чем причина рассрочки – это единственная причина или еще что-то. И если дадим, то точно будет размещаться.
7. Давать рассрочку только на большие пакеты. Маленькие – опасно.
- 8 Точные сроки. Краткие. Например месяц.

## Домашнее задание

**Ролевая игра:**

**Цель – сделать Клиенту предложение через свойство Близко.ру и выгоду для Клиента под выявленную потребность. Закрывать предложение ценой (определенным способом).**