

## روش‌های قیمت‌گذاری ۲ | افزایش قیمت اولین فروش

اگر محصولات و خدمات شما در طول زمان توزیع می‌شوند، خرید اول وقتی است که مشتری بیشترین تعهد، بیشترین انگیزه و بیشترین اشتیاق را برای دریافت محصولات/خدمات شما دارد. در نتیجه، هیچ زمان دیگری وجود ندارد که ارائه قیمت بالاتر تا این حد قابل قبول باشد. از نظر روانشناختی، این احتمال وجود دارد که مردم بر پرداخت‌های بعدی و هزینه‌های ماهانه تمرکز کنند تا بر "قیمت اولیه".

["download id="۴۷۰۸]