



## چگونه محصولات خود را قیمت‌گذاری کنیم؟

کالاهای خوب همیشه باید قیمتی عادلانه و رقابتی داشته باشند و درعین‌حال، بتوانند بیشترین سود مازاد و حاشیه سود ناخالص را به خود اختصاص دهند. بسیاری از خرده‌فروشان به جای اینکه به دنبال روشی باشند که بتوانند حاشیه سودشان را افزایش دهد، به دنبال روش‌هایی برای کم کردن قیمتشان هستند. آن‌ها روی موارد اشتباهی متمرکز می‌شوند. مردم برای شرایط درست پول اضافی می‌پردازند. به طور مثال، آن‌ها ممکن است برای برندها، راحتی، بسته‌بندی و کالاهای کمیاب و صدها عامل دیگر پول بیشتری پرداخت کنند.

اگر می‌توانید پولتان را دو برابر کنید، عالی است. اگر می‌توانید آن را هفت برابر کنید چه بهتر. چه چیزی باعث می‌شود بهترین خریدار شوید؟

بسیاری از خرده‌فروشان به اشتباه بر این باورند که مجموعه‌ای از فرمول‌ها برای قیمت‌گذاری محصولات وجود دارد. به لحاظ تاریخی، قیمت‌گذاری دوبرابری (یعنی هزینه‌ای را که برای کالا پرداخته‌اید، دوبرابر کنید) یک قانون است. از نظر من

قیمت‌گذاری دوبرابری خودکشی است. شما تاجرید؛ بنابراین این شما باید که تعیین می‌کنید کالا را به چه قیمتی بفروشید که سوددهی داشته باشد. البته استثنایی هم وجود دارد.

وقتی می‌خواهید روی اجناستان قیمت بگذارید به این موارد توجه کنید:

## ۱. رقابت

اگر جنسی شناخته شده باشد و مغازه‌های زیادی آن را بفروشند، احتمالاً باید آن را به نرخ رایج قیمت‌گذاری کنید. اما اگر تنها کسی هستید که آن جنس به‌خصوص را در منطقه می‌فروشید، ممکن است بتوانید سود مازاد هم روی آن داشته باشید.

## ۲. قیمت‌گذاری بر اساس ارزش درک شده

آیا به نظرتان یک جنس گران یا ارزان به نظر می‌رسد؟ اگر مردم به شما بگویند: قیمتش این است؟ چه مشکلی دارد؟ یعنی قیمت خیلی پایینی روی آن گذاشته‌اید.

## ۳. چیدمان مغازه

مغازه‌تان چه شکلی است؟ آیا فضای آن شبیه مغازه‌ای لوکس است یا بیشتر حال و هوای انبار دارد؟ ظاهر مغازه تعیین‌کننده قیمتی است که روی اجناس می‌گذارید.

## ۴. نظر کارمندان

از کارمندان (و حتی مشتریان) بپرسید محصول را به چه قیمتی بفروشید. تحقیقی مختصر انجام دهید. هرگز نگویید چه مبلغی برای آنها پرداخته‌اید، فقط بپرسید آنها فکر می‌کنند با چه قیمتی باید آنها را بفروشید. نتیجه از آنچه فکر می‌کنید بهتر

خواهد بود.

## ۵. ارزش بازار

با اینکه همیشه باید قیمتی را که برای کالایان پرداخته‌اید، در نظر بگیرید، مهم‌ترین چیزی که هنگام قیمت‌گذاری جنس باید به‌خاطر داشته باشید، توان بازار است. مایکروسافت حتی برخی محصولات خود را رایگان ارائه می‌دهد تا اطمینان حاصل کند محصولاتش منبع غالب در بازار هستند.

تفاوت قیمتی که برای محصول می‌پردازید و قیمتی که محصول را می‌فروشید، حاشیه سود نامیده می‌شود. با افزایش رقابت، حاشیه سود کاهش می‌یابد. سعی کنید اجناسی را بخرید و بفروشید که حاشیه سود خوبی دارند.

همیشه به‌خاطر داشته باشید که مشتری احمق نیست. سعی نکنید آنها را با گفتن اینکه با خرید این کالا سود می‌کنید فریب دهید. مردم می‌دانند که شما برای پول درآوردن کار می‌کنید.

["message\_box text\_color="light]

منبع: کتاب «کسب‌وکار خرده‌فروشی»

نویسنده: ریک سگل

ناشر: آوند دانش

ترجمه: سارا یوسفی، سید محمدکاظم عزیزی

[message\_box/]