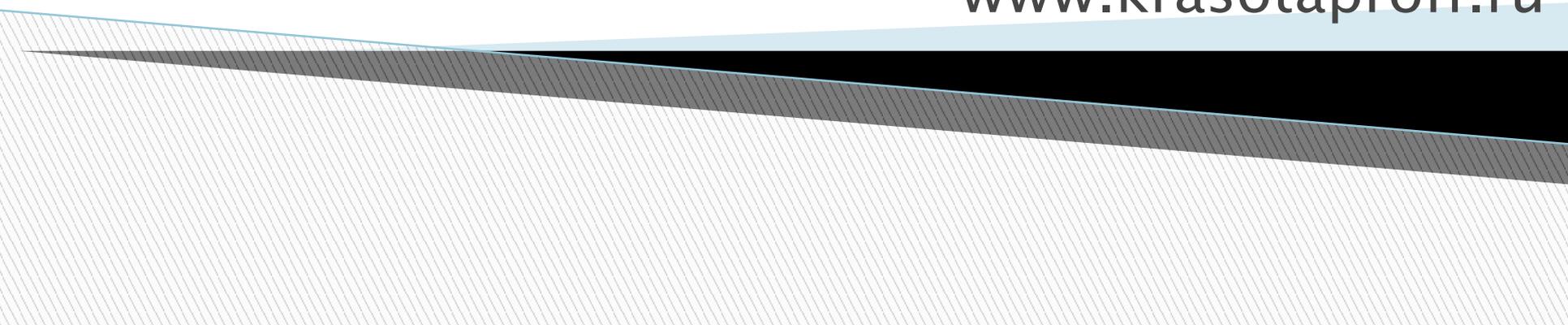


Цена и ценообразование

Михаил Иванович Кузнецов
Академия Индустрии Красоты
www.krasotaproff.ru



Цена. Ее значения!

- Экономическое
- Ценностное
- Маркетинговое

Экономика цены

- Цена должна быть выгодна предприятию и иметь возможность приносить прибыль в итоге
- Ценой сложно «жонглировать» без последствий. Изменения в ценовой политике приводят иногда к «тяжелым» последствиям.
- Цены легко понижать, но сложно повышать!!!

Структура цены (ЭКОНОМИЧЕСКИ)

- Цена – Переменные Расходы (себестоимость) = Доход
- Доход: Цена = Доходность, %
- Доходность лучше > 50%.

Чем выше класс предприятия, тем выше должна быть доходность услуг, иначе будут финансовые сложности!

Переменные расходы

- ▣ **Расходные материалы:** косметические средства, одноразовые аксессуары, использование многоразовых средств. Доля расходных материалов в цене до 15-20%.
- ▣ **Оплата специалистов** (должна быть не более 30-35% от величины цены)

Ценностное понимание

- Цена = эквивалент ценности покупателя.
- Чем выше ценность, тем выше цена.
- Чем ниже ценность, тем чаще цена снижается.
- Стремитесь к повышению ценности, которую ощущает покупатель.
- Знайте, какую ценность продает ваш конкурент

- Низкие цены удобны для повышения загрузки. И на потоковом спросе создается «потоковая» прибыль
- Высокие цены создают статус и часто снижают загрузку. Но за счет высокой внутренней маржи создается «маржинальная» прибыль

Маркетинговое понимание

- Цены бывают инструментом маркетинговой борьбы
- Цена = инструмент «выбивания» конкурентов
- Цена = демонстрация статуса и престижа
- Сезонные цены
- Акционные цены

Желаю всем успехов!

- ▣ Михаил Иванович Кузнецов
- ▣ +7 926 554 18 50
- ▣ mik8@mail.ru

- ▣ Skype: krasotaproff.ru