



NEWSLETTER QUANTUM ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO DOS NEGÓCIOS

NÚMERO 2

OFERTA

Será Que Cortar No Preço Realmente Funciona?

A tática mais velha do mundo para obter uma venda é cortar no preço. Será que realmente funciona?



Azulil Barros

Especialista no Crescimento de Negócios
Director Regional
Quantum Organization Portugal

Quais são as alternativas para evitar o corte nos preços?

Aqui está um exemplo interessante. Um dos nossos clientes, numa empresa de software, tinha em mãos um potencial cliente que não pretendia efectuar o contrato de manutenção. O cliente afirmava que 18% por ano era demasiado caro e, por conseguinte, preferia pagar pelo apoio que precisasse, casualmente.

O nosso cliente sabia que isto não era uma boa ideia. Os clientes sem contrato de manutenção, normalmente, tornam-se os piores clientes. Porquê?

Porque sabem o que lhes vai custar cada vez que pegarem no telefone para pedirem apoio e, uma vez que já inicialmente quiseram ser demasiado poupados, vão também evitar fazê-lo. Deste modo, não vão obter o nível de serviço correcto, não vão saber como utilizar o produto e obter os resultados que pretendem. E, mesmo admitindo que a culpa foi deles devido à economia excessiva, esses clientes vão apontar o dedo e falar mal da empresa que lhes vendeu, inicialmente.

O meu conselho foi que o nosso cliente oferecesse ao seu potencial cliente um contrato de manutenção com uma duração de 4 anos, não cancelável, sendo o primeiro ano gratuito.

Claro que isto é um desconto, mas não se

parece como tal. É uma redução de 25% no preço de compra total, mas não afectou o preço de venda, nem agora nem no futuro.

Mais, o empresário prendeu o seu cliente por um período de 4 anos, durante os quais espera vender-lhe produtos e serviços adicionais.

5 táticas para protelar o corte nos preços.

1. Faça trocas em vez de assumir compromissos com directos.

Por outras palavras, não dê nada sem obter algo em troca. Quando o potencial cliente diz: “Eu realmente não lhe posso pagar isso”, deve contrapor com: “Qual parte do valor gostaria que eu lhe tirasse?”, “Que parte dos benefícios que o produto/serviço lhe confere prefere não levar consigo?”.

Se tivermos que baixar o preço no seu todo devido a restrições orçamentais, devemos “re-empacotar” a oferta de modo a que esta contenha menos “conteúdo” – menos produto, menos serviço, menos opções, menos valor. Desse modo, não estamos realmente a cortar no preço, apenas a ajustar o tamanho da encomenda.

2. Estenda a duração que o cliente pode pagar.

Em vez de um pagamento adiantado ou um pagamento único no momento de entrega, permita pagamentos suaves como um contrato de leasing.

Utilize contratos de 18-24 meses, e faça com que os clientes assinem o contrato que os compromete com a totalidade das suas obrigações. Isto faz com que seja mais fácil para as pessoas aceitarem o seu preço, particularmente se existir uma receita gerada com a actividade operacional proporcionada com o bem adquirido, que permite fazer face às prestações.

3. Em vez de diminuir o preço, dê aos seus clientes alguma coisa extra.

Sugiro-lhe: uma garantia mais longa, uma instalação grátis, formação prática grátis, uma linha telefónica para apoio ao cliente, etc. Idealmente, as coisas que lhes devemos dar devem ser percebidas como contendo um alto valor para os clientes, mas sendo de baixo custo para si.

4. Ofereça um período inicial “grátis” em troca de um contrato com maior duração.

Esta abordagem é na realidade um desconto. Contudo, permite prender o cliente por um período de tempo maior, durante o qual nos permite criar inúmeras oportunidades para lhe fazer “up-sell” ou “cross-sell”.

5. Suba os preços.

Não importa o que os outros lhe estejam a dizer, o preço tem influência sobre a percepção de valor. E, se o preço influencia o valor, posicione o seu preço no topo do espectro de preços existentes e justifique o seu valor com base na qualidade daquilo que fornece (mesmo com um produto de má qualidade ou um serviço fraco, isto ainda pode resultar).

Lembre-se: o corte nos preços é a resposta da “pessoa preguiçosa” quando se torna difícil fazer a venda; resulta, meramente, numa descida drástica dos lucros que obtém com essas vendas. Frequentemente, resulta em reduções permanentes nos preços, nas margens e em guerras de preços, que trazem consequências desastrosas para os empresários, com excepção para aqueles que tem uma carteira muito bem recheada.

azuil@QuantumCrescimentoNegocios.com

Obtendo Mais Contactos, Clientes e Lucros Para o Seu Negócio nos Próximos 90 Dias a Baixo Custo...

Os Consultores de Desenvolvimento de Negócios da Quantum tem experiência, conhecimento, “já estiveram lá e já o fizeram”, estão localizados em diversos países: Reino Unido, Irlanda, Portugal, Austrália. Nós ajudámo-lo a transformar o seu negócio no negócio que sempre sonhou possuir.

Com o passar dos anos, os princípios em que se baseiam os sistemas de construção e desenvolvimento de negócio da Quantum têm sido utilizados para fazer biliões sobre biliões para pequenas, médias e grandes empresas, tal como a sua.

A Quantum tem vindo a aperfeiçoar estes princípios numa série de processos científicos dinâmicos que vão de encontro aos desafios que se colocam aos negócios, grandes e pequenos, utilizando tecnologia de ponta.

Descubra como a Quantum o pode ajudar...

- Conduzir multidões de clientes famintos ao seu negócio.
- Moldar e usar estratégias de marketing poderosas e irresistíveis para conduzir as suas vendas ao topo.
- Sustar os cortes no preço da concorrência, sem reduzir as suas margens.
- Fazer os seus clientes voltar sempre ao seu negócio.
- Descobrir e lucrar com os activos escondidos, encontrados no seu negócio.
- Aumentar as vendas aos seus actuais clientes rápida, simples e eficazmente, em 10%, 35% e até mesmo 90%, sem custos de marketing adicionais.
- Criar no seu cliente uma fidelidade apaixonada e duradoura, para manter os seus concorrentes de lado de forma permanente.

- Encontrar, recrutar, manter e motivar vendedores e empregados excepcionais.
- Viver e gozar de maior sucesso, construindo rapidamente um negócio que seja altamente rentável e que se gere a si próprio.
- Fazer o seu negócio 100% à prova de recessão em 30 dias ou menos.
- Obter e utilizar testemunhos para dramaticamente aumentar as suas vendas.
- Testar o preço para obter o máximo de lucro de cada venda que faça.
- Duplicar, triplicar ou mesmo quadruplicar o seu rácio de conversão de vendas.
- E muito, muito mais...

E, aqui está algo diferente:

A Quantum não lhe custará uma fortuna ...

Nós trabalhamos, na sua maioria, aceitando uma percentagem do aumento dos lucros que nós criamos para o seu negócio. Portanto, como pode imaginar, nós estamos altamente motivadas para nos assegurarmos que os seus lucros vão disparar.

Ligue-nos agora, para estratégias de sucesso que garantidamente lhe trarão resultados massivos e sustentáveis.

Portugal: +351 253 277 428

UK/Irlanda: +44 (0) 1453 794810

Austrália: +61 (0) 2 9959 2428

Índia: +91 11 264 37087

Ou consulte o nosso Web site para o crescimento dos negócios, para mais informações:

www.QuantumCrescimentoNegocios.com

AS ESTRATÉGIAS DE SUCESSO QUANTUM FUNCIONAM

“Vocês transformaram o nosso negócio! Quando nos reunimos em Junho deste ano e estabelecemos objectivos de vendas e lucros tão ambiciosos (uns 15.000€ extra de vendas por mês nos próximos 6 meses) eu teria dito, na altura, que seria quase impossível alcançá-los em menos tempo. No entanto, **aqui estamos nós, menos de três meses depois e já atingimos mais do dobro dos níveis esperados em vendas e lucros!** É mais do dobro do objectivo em menos de metade do tempo...”



Portugal: Rua do Carvalho, N°68, 1º Andar (2º Frente)
4700-310 Braga.

UK: Quantum House, Bonds Mill, Stonehouse, Gloucestershire, GL10 3RF.

Australia: Level 21, 201 Miller Street, North Sydney, NSW, 2060.

India: D14, Pomposh Enclave, Greater Kailash-1, New Delhi – 110 048.

Copyright © 2004.
Todos os Direitos Reservados
The Quantum Organization &
Quantum Crescimento de Negócios.