

Любой товар имеет свою цену, помимо этого у него есть определенная ценность, которая создается для покупателя. Товар будут покупать в одном-единственном случае: **если цена будет меньше ценности.**

Если цена будет больше ценности – товар не будет продаваться.

Еще раз. Закрепим в памяти. Все очень просто. Если цена больше ценности – товар не покупается. Если цена меньше ценности – покупается, еще как покупается!

Вспомните, наверняка вы наблюдали такую ситуацию, когда покупая что-либо, вы чувствовали, как сильно выигрываете, как вам повезло отхватить то, о чем вы грезили, то, о чем мечтали, то, что вызвало непреодолимое желание получить; то, что стоит ГОРАЗДО дороже - за совсем небольшую сумму. Бывало же подобное, не так ли? .

Предположим, для девушки это могут быть красивые туфли, которые на распродаже продаются с 70%-ой скидкой, и чистая стоимость выходит всего в 2 000 рублей. Для мужчин это может быть очень выгодная покупка автомобиля или компьютера, или телефона.

А теперь вспомните противоположную ситуацию, когда вы лично возмущались: «Как такая ерунда может стоять так дорого!», или: «Да ну, эту штуку можно было бы купить, будь она в 3 раза дешевле, но за такую цену – еще чего!»

Побывав в «шкуре» потребителя, вернемся к вашему продукту. Что приоритетнее в вашем случае: цена или ценность? Стоит задуматься, не так ли?

Отсюда вытекает очень простой вывод: создавайте ценность своего продукта, доносите ее до клиентов, и старайтесь сделать так, чтобы ценность была больше цены.

{discuss forum:3}