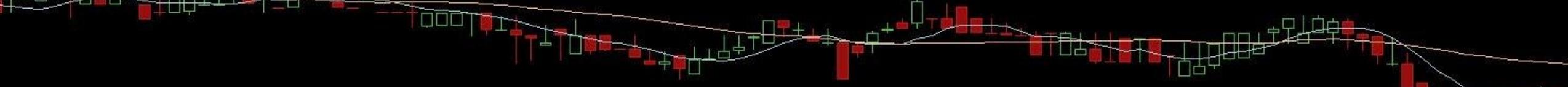




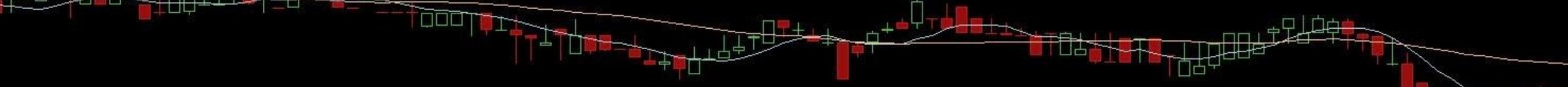
«Признания мастера ценообразования»

Герман Симон – профессор в
университетах Майнца, Билефельда и
Оксфорда, президент Simon-Kucher &
Partners



Что говорят исследования?

- Потребители плохо считают прибыль.
- Информация о ценах активировывает центр болевой чувствительности в мозгу. Если нет знака валюты, активность ниже.
- Оплата наличными вызывает большие ощущения потери.
- Цена оказывает влияние на восприятие качества.



Потребители любят КОМПЛЕКСНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

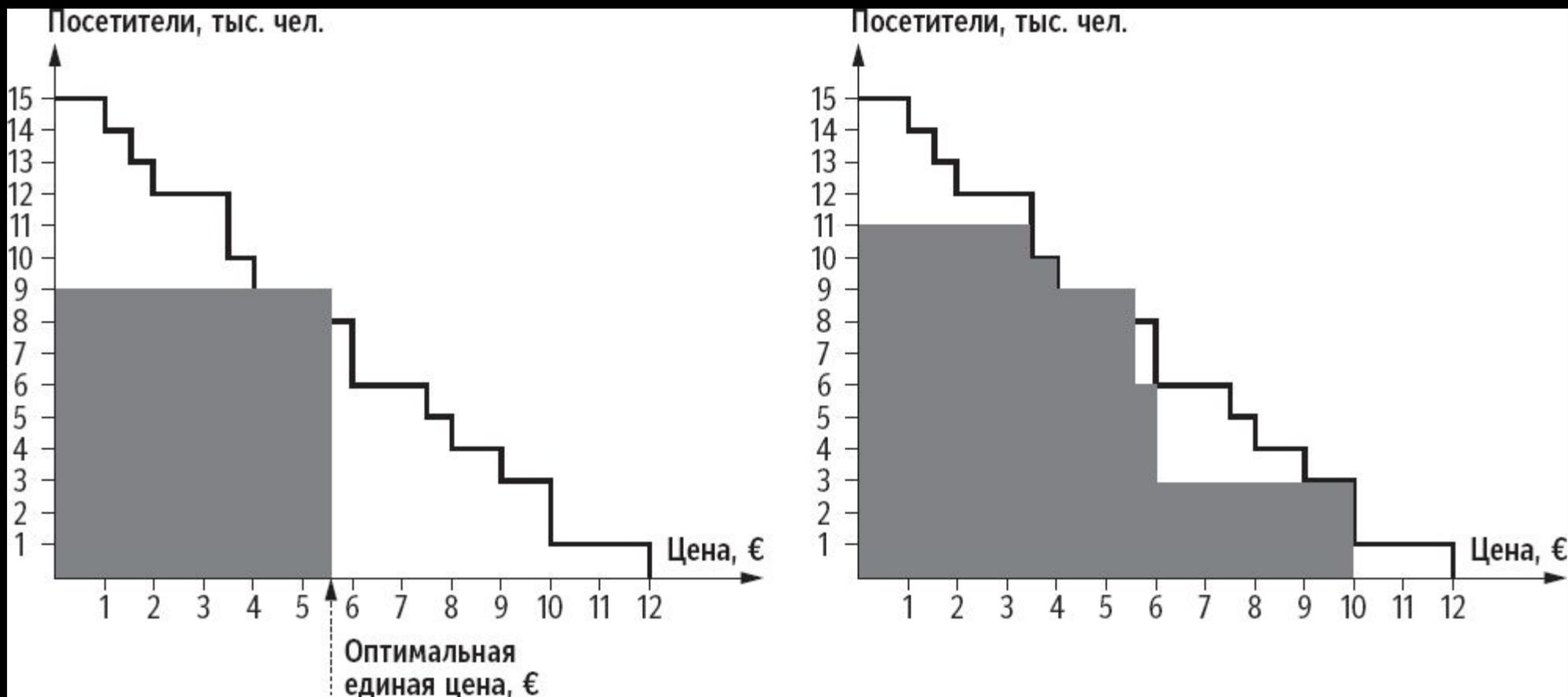
Тест А		Тест Б	
Банковский продукт	% респондентов	Банковский продукт	% респондентов
Расчетный счет \$1,00	41	Расчетный счет \$1,00	17
Расчетный счет + Кредитная карта \$2,50	59	Кредитная карта \$2,50	2
		Расчетный счет + Кредитная карта \$2,50	81



Важные советы

- Выходите на рынок с низкими ценами, если потребитель не может дать оценку заранее.
- Когда инфляция высокая, потребители слабо чувствуют ценовые сигналы.
- Не снижайте цены в кризис — предлагайте что-то дополнительно.
- Разбивайте цены.

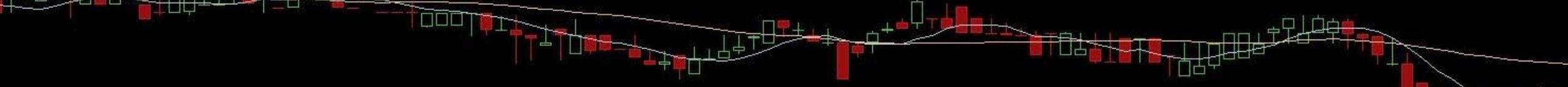
Используйте нелинейное ценообразование





Ещё советы

- Сигнализируйте рынку про изменения цен для теста.
- Используйте цены как инструмент коммуникации.
- Не начинайте работу с сегментов «люкс» и сверхнизких цен.
- Если у покупателей нет конкретных требований и мало информации о ценах, повышайте нижний порог.



Показывайте ценность с помощью цифр

Сила одного процента

Изменения всего в 1 % могут принести колоссальную ценность потребителям

Экономия за 15 лет

Авиация

1 % экономии топлива

\$30 млрд

Энергетика

1 % экономии топлива

\$66 млрд

Железные дороги

1 % сокращения неэффективности системы

\$27 млрд

Здравоохранение

1 % сокращения неэффективности системы

\$63 млрд

Нефть и газ

1 % сокращения капиталовложений

\$90 млрд