

۱۳ روش فروش محصولات گران قیمت



نویسنده: تیم تحریریه مجموعه ناصر حقیقی

آدرس صفحه مقاله: <https://b2n.ir/s98502>



فروش محصولات گران قیمت می‌تواند امری بسیار مشکل باشد. چه به عنوان یک کسب و کار و چه به صورت فردی فعالیت کنید، می‌تواند ذهن شما را درگیر این موضوع کند که چه راهکارهایی برای انجام این کار وجود دارد.

با این حال، اگر محصولات خود را به صورت رقابتی قیمت گذاری کنید و زمینه فروش خوبی داشته باشید و از تکنیک‌های بسته‌بندی هوشمندانه استفاده کنید، می‌توانید نرخ فروش خود را بهبود ببخشید.

قیمت گذاری و موقعیت‌یابی محصول شما

ارزش محصول خود را تعیین کنید.

از فروشگاه‌های دیگر دیدن کنید و با دقت محصولاتی را که خریداران از آنها دیدن می‌کنند و یا درباره آنها کنجکاو هستند به همراه قیمت آنها یادداشت برداری کنید.

همچنین وب سایت‌هایی که در زمینه محصولات شما معروف هستند مراجعه کنید؛ قیمت و مشخصات آنها را ذخیره کنید.

هنگام تحقیق حضوری، به دنبال مواردی باشید که موجودی کمی برای آنها باقی مانده است. این نشان می‌دهد که این محصول فروش خوبی دارد.

هنگام تحقیق آنلاین، در صورت امکان محصولات پر فروش و یا محصولاتی که دیدگاه‌های بیشتری داشته‌اند را مرتب کنید تا لیست کامل و جامعی از آنها را ببینید.

قیمت محصول خود را بالا ببرید تا با کیفیت به نظر برسد.

اکثر مشتریان معتقدند، حتی اگر صحت نداشته باشد، اقلام گران قیمت بهتر از اقلام کم قیمت هستند. شما می‌توانید از این طرز فکر به نفع خود استفاده کنید و محصول خود را گران تر از گزینه‌های رقیب کنید.

این امر به ویژه برای محصولات استاندارد مانند لوازم خانگی مناسب است.

در صورت داشتن امکانات، این تکنیک را با بسته بندی شیک و مارک تجاری یا حتی بسته بندی ترکیب کنید تا بر کیفیت محصول بیشتر تأکید کنید.

برای ایجاد یک گزینه مقرون به صرفه، کمتر از رقبا هزینه کنید.



بسیاری از شرکت‌ها محصولات گران قیمت خود را به عنوان خرید بیهوده به بازار عرضه می‌کنند و قیمت آنها را بیش از حد بالا نگه می‌دارند تا موجودی آنها مطلوب و انحصاری به نظر برسد. با این حال، اگر محصول شما از کیفیت مشابهی برخوردار است، قیمت آن را کمی پایین بیاورید تا افرادی را که نسخه بسیار گران قیمت را می‌خواهند اما قادر به خرید آن نیستند، هدف قرار دهد.

این امر به ویژه برای دستگاه‌های سرگرمی، محصولات با نام تجاری و موارد خلاقانه خوب عمل می‌کند.

نشان دهید که محصول شما دارای ویژگی‌های دقیقاً مشابه کالای گران قیمت‌تر و قیمت پایین‌تر است، و حتی ممکن است به نحوی قابل اثبات بهتر از آن باشد.

از تکنیک‌های قیمت گذاری هوشمند برای ارزان تر نشان دادن محصول استفاده کنید. هنگام تصمیم گیری در مورد قیمت لیست خود، تعدادی تکنیک روانشناسی وجود دارد که می‌توانید از آنها برای مقرون به صرفه‌تر نشان دادن محصول استفاده کنید. اینها شامل مواردی مانند:

- کاهش قیمت تا ۱۰۰۰ تومان، به طوری که یک محصول ۳۰۰ هزار تومانی ۲۹۹ هزار تومان می‌شود و معامله بهتری به نظر می‌رسد.
- حذف صفرهای بیهوده، باعث می‌شود قیمت کوچکتر به نظر برسد؛ یعنی به جای قیمت ۳۰۰۰۰۰ هزار تومانی بنویسید ۳۰۰ هزار تومان
- تأکید بر تخفیف‌ها با نشان دادن قیمت فعلی در کنار قیمت قبلی.

به تغییرات بازار پاسخ دهید

با گذشت زمان، بازار نوسان می‌کند و فرصت‌های غیر منتظره‌ای ایجاد می‌کند. می‌توانید با تغییر قیمت‌ها، افزایش موجودی خود، اجرای کمپین‌های بازاریابی یا معرفی نسخه‌های جدید محصول خود از این موارد استفاده کنید.

اگرچه این تغییرات بازار همیشه منحصر به فرد هستند و در بسیاری از موارد پیش بینی آنها غیرممکن است، اما می‌توانید آنها را زودتر از سایرین با جستجوی موارد زیر تشخیص دهید:



- تغییرات در رفتار مصرف کننده، مانند محصولاتی که بیش از حد معمول فروش خود را از دست می‌دهند.
- تغییر در رفتار رقبا، مانند حذف یک شرکت دیگر از بازار توسط یک شرکت دیگر.
- تغییرات اجتماعی مانند فیلم، نمایش تلویزیونی، آهنگ یا بازی‌های ویدئویی باعث محبوبیت بیشتر یک محصول نسبت به حالت عادی می‌شود.

ایجاد یک تبلیغ جذاب

با بهترین ویژگی‌ها مورد هدایت شوید. هنگام ایجاد تبلیغات، باید فوراً خواننده را جذب کنید تا علاقه کافی برای کسب اطلاعات بیشتر داشته باشد. برای انجام این کار، تبلیغات را با ذکر ویژگی‌های قابل توجه و چشم نواز محصول خود شروع کنید.



به عنوان مثال: اگر تلفن می‌فروشید، تبلیغی مانند "تلفن با کیفیت بالا" بنویسید. در عوض، یک تبلیغ بزرگ مانند "تلفن هوشمند با دوربین ۴۰ مگاپیکسل، صفحه نمایش کریستال مایع و قابلیت AR" ایجاد کنید.

اگر به صورت شخصی می‌فروشید، یک صفحه نمایش قرار دهید تا مردم بتوانند این ویژگی‌ها را در عمل مشاهده کنند.

در صورت فروش تلفنی، این ویژگی‌ها را در طول مکالمه مجدداً بیان کنید تا مشتری آنها را به خاطر بسپارد.

یک کپی کامل و جذاب از آگهی بنویسید

هنگام برخورد با اقلام گران قیمت، مشتریان می‌خواهند اطلاعات زیادی را بدانند تا بتوانند تصمیمات خرید آگاهانه بگیرند. هرچه محصول گران‌تر باشد، آنها بیشتر در مورد آن تحقیق خواهند کرد. بنابراین، اطمینان حاصل کنید که تبلیغ شما تا آنجا که ممکن است حاوی اطلاعات مرتبط در مورد محصول باشد.

برای پی بردن به موضوعات مرتبط، وانمود کنید مشتری هستید که در مورد محصول چیزی نمی‌داند. سپس، به سوالاتی فکر کنید که می‌خواهید قبل از خرید به آنها پاسخ دهید.



برخی از مواردی که برای درج آگهی باید در نظر بگیرید شامل ابعاد محصول، مشخصات فنی، طول عمر، ضمانت و میزان تحقیق در مورد توسعه آن است.

قبل از نهایی کردن آگهی خود، آن را تصحیح کنید و هر گونه غلط املایی و گرامری را که مشاهده می‌کنید حذف کنید.

علاوه بر این، سعی کنید زبان را ساده کنید تا آگهی مستقیم، قابل اجرا و خواندن سرگرم کننده باشد.

توضیح دهید که محصول شما چگونه مشکلی را حل می‌کند

اگر مردم فکر کنند که یک کالای گران قیمت مشکل را حل می‌کند، احتمال خرید آن بیشتر است. هنگام نوشتن نسخه آگهی خود، سعی کنید از این موضوع استفاده کنید و توضیح دهید که چگونه کالای شما می‌تواند زمینه خاصی از زندگی مشتری شما را بهبود بخشد.

اگر کالای مبتنی بر ویژگی مانند ماشین لباسشویی یا خشک کن می‌فروشید، نشان دهید که چگونه محصول شما کارهای خاص را سریعتر، آسان تر یا ارزان تر انجام می‌دهد.

اگر ارتقاء محصول قبلی مانند سیستم بازی یا تلویزیون را می‌فروشید، توضیح دهید که محصول شما چه کاری می‌تواند انجام دهد که مدل‌های قبلی نمی‌توانستند انجام دهند.

در مورد آثار هنری، جواهرات و سایر اقلام بدون عملکرد خاص، در مورد اینکه افکار و احساسات محصول الهام بخش خواهد بود صحبت کنید.

در صورت فروش آنلاین، تصاویر با کیفیت بالا اضافه کنید



برای تأثیرگذاری هرچه بیشتر تبلیغات خود، حتماً چندین تصویر با وضوح بالا مربوط به محصول را درج کنید. این تصاویر ممکن است شامل عکس‌های مورد از زوایای مختلف، تصاویری باشد که محصول مورد استفاده را نشان می‌دهد، نمودارهایی که نحوه عملکرد آن را نشان می‌دهد و اینفوگرافیک‌هایی که محصول را با گزینه‌های رقیب مقایسه می‌کنند.

استفاده از تصاویر موجود، گرافیک با وضوح پایین و عکس‌هایی با نور ضعیف خودداری کنید زیرا باعث می‌شوند محصول شما کمتر قانونی به نظر برسد.

- هنگام عکاسی از اقلام خوب مانند جواهرات، از عکس‌های نزدیک استفاده کنید تا بر ویژگی‌های لوکس محصول تأکید کنید.
- تصاویر به ویژه برای موارد بصری مانند نقاشی و لباس اهمیت دارند.

محصولات ناملموس را ملموس جلوه دهید

فروش اقلام غیر فیزیکی مانند فایل‌های دانلودی، اشتراک دیجیتال یا عضویت در باشگاه می‌تواند بسیار دشوار باشد. با این حال، می‌توانید محصول خود را با چسباندن به چیزی ملموس جذاب‌تر کنید.

- در صورت فروش آنلاین، بر نحوه استفاده از محصول از طریق توصیفات مشتری و تصاویر افرادی که از خرید آنها رضایت داشتند، تأکید کنید.
- اگر به صورت شخصی می‌فروشید، محصول خود را به یک کارت یا جزوه فیزیکی وصل کنید تا افراد بتوانند آن را تهیه و بررسی کنند.
- در هر خرید یک کالای ملموس قرار دهید. ممکن است یک تی شرت یا فنجان زیاد به نظر نرسد، اما باعث می‌شود محصول بسیار واقعی‌تر به نظر برسد.

بستن معامله

از افزایش قیمت برای افزایش قیمت کلی خرید استفاده کنید

Upselling یک تکنیک فروش است که در آن فروشنده می‌تواند با ارائه ارتقاء یا افزودنی‌ها در کنار خرید اصلی، سود خود را حداکثر کند. مشتریان هر روز اقلام گران قیمت نمی‌خرند، بنابراین می‌توانید با ارائه اقلام ارزان قیمت مربوط به محصول اصلی، حداکثر استفاده را از آن ببرید.

چندین راه حل پرداخت، مانند تخفیفات تجاری و برنامه‌های اقساطی ارائه دهید.

اگر محصول شما خیلی گران است، بسیاری از مردم قادر به خرید آن نخواهند بود. با این حال، اگر راه‌های پرداخت هوشمندانه‌ای مانند برنامه اقساطی و تخفیف‌های تجاری ارائه دهید، می‌توانید بسیاری از مشتریان کم درآمد دیگر را تبدیل کنید.



اگر برنامه‌های اقساطی ارائه می‌دهید، زمان مشخصی را به مشتریان خود اختصاص دهید که هیچ سودی برای آنها ایجاد نشود. این امر باعث می‌شود که آنها بیشتر در طرح ثبت نام کنند.

به مشتریان اختصاصی تخفیف دهید

اگر به صورت حضوری در حال خرید محصول هستید، در صورت تمایل مشتری به خرید فوری، تخفیف‌هایی به آنها بدهید. اگر چیزی را به صورت آنلاین می‌فروشید، به مشتریانی که کارهایی مانند ثبت نام در خبرنامه شما یا خریدهای معینی را انجام می‌دهند، کد کوپن ارائه دهید.

- با ارائه کوپن به مشتریان پس از خرید، می‌توانید خریدهای بعدی را افزایش دهید.
- به استثنای فروش، در صورت عدم انجام هیچ اقدامی برای مشتریان، تخفیف ندهید. با این کار محصول شما ارزان‌تر و مطلوب‌تر به نظر می‌رسد.

به بازخورد مشتریان به سرعت پاسخ دهید



هر زمان که شخصی در مورد مورد شما سوالی می‌پرسد، مطمئن شوید که در اسرع وقت و به طور کامل به آنها پاسخ می‌دهید. اگر مشتری در مورد محصول شما بازخورد می‌دهد، آنچه را که او گفته است تصدیق کنید و اگر احساس می‌کنید لازم است، نکات خاصی را که او مطرح کرده است مطرح کنید.

به همه بازخوردهای دریافتی از جمله شکایات و انتقادات پاسخ دهید. این نشان می‌دهد که شما مایل به گوش دادن به پایگاه مشتری خود هستید.

به بازخورد آنلاین به صورت عمومی پاسخ دهید تا همه مشتریان بالقوه بتوانند آن را مشاهده کنند.

اگر مشتری شما با مشکلی روبرو است، کارهای بیشتری انجام دهید

به مشتریان نشان دهید که مایل هستید در مورد اقلامی که می‌فروشید به مسائل آنها گوش دهید. اگر اقلامی به شما نشان داد که معیوب است، آن را برگردانید یا جایگزین کنید.

علاوه بر خوشحال کردن مشتریان، تمایل به همکاری با مشتریان با موارد معیوب به شما کمک می‌کند تا این موضوع را به اشتراک بگذارید که خدمات به مشتریان شما خوب است و حتی مشتریان بیشتری را جذب می‌کند.