



# ЮРІЙ СЛЕПКО, ТЕ, ПРО ЩО МОВЧАТЬ ВЕЛИКІ КОМПАНІЇ: БЕЗКОШТОВНИЙ СПОСІБ ЗБІЛЬШИТИ ПРИБУТКИ

## YURIY SLEPKO ABOUT WHAT LARGE COMPANIES KEEP SILENCE: EASY WAY TO INCREASE PROFITS AT NO COST

У статті ми розглянемо декілька ефективних способів, за допомогою яких можна суттєво збільшити **маржу**. (Маржа – це відсоток прибутку від вартості вашого товару/послуги та єдиний коефіцієнт, що безпосередньо впливає на рівень прибутку.) Чому нас цікавить саме маржа? Тому що це найдешевший та найефективніший механізм збільшення прибутковості будь-якого бізнесу.

Підприємці припускаються великої помилки ще на тому етапі, коли збираються збільшити прибуток і дохідність своєї справи. Практично 95% із них починають зі збільшення потоку нових потенційних клієнтів. Тобто використовують різні види реклами. Реклама, без сумніву, працює, але вона надто дорога та не завжди доступна для малих підприємців. Тому ми розглянемо метод, що не потребує фінансових витрат, а за ефективністю не поступається рекламі!

### Не бійтесь збільшити ціну товару

Як це не парадоксально, але **збільшення ціни товарів** – це найпростіший та найшвидший спосіб збільшення прибутку. Його давно й активно використовують найуспішніші компанії світу. Але більшість бізнесменів все ще не наважуються зробити цей крок – збільшити ціну. «Мої клієнти цього не зрозуміють і більше не повернуться», – це стандартне заперечення я чую найчастіше. Насправді ж клієнти навіть не зважатимуть на збільшення вартості. Окрім, хіба що, гуртових клієнтів, що ведуть звітність.

Наочний приклад. Ваш товар коштує 730 гривень. Якщо ви піднімете його вартість до 750 гривень, обсяг продажів навряд чи зміниться. Але з кожного продажу одиниці товару ви отримаєте додаткові 20 гривень чистого прибутку.

Таке зростання прибутку виглядає на перший погляд несуттєво – ціна збільшується лише на 3%. Але мовою цифр ситуація виглядає зовсім інакше. При маржі у 20% прибуток від кожного продажу товару за 730 гривень становить 146 гривень. Тепер, коли ми підняли ціну, то збільшили наш прибуток ще на 20 гривень, тобто на **14%!!!**

Давайте розглянемо протилежний приклад із дуже дешевим товаром. Якщо ціна товару дорівнює 10 гривень, а маржа – 30%, то з продажу кожної одиниці товару маємо прибуток у 3 гривні. Якщо власник бізнесу піднімає ціну до 12 гривень, тобто на 20%, то прибуток тепер дорівнює 5 гривням. А отже, після зміни вартості прибуток виріс до 60%! Знову ж таки, якщо йдеться про товар не щоденного вжитку, як хліб чи молоко, то зміни в ціні клієнт навряд чи помітить.

Таким чином, навіть незначне збільшення ціни може суттєво збільшити прибуток будь-якого бізнесу

### Як «безболісно» для бізнесу та клієнтів збільшити ціну

**Нова ціна** – цей метод діє безвідмовно. Ви точно бачили в супермаркетах ціни такого формату: **179 грн-** та **139 грн**. Як це

працює? Клієнту важливо придбати товар чи послугу за найнижчою ціною. Тому він шукатиме знижки, акції, адже це дозволяє економити. Коли він бачить прийом «Нова ціна», то вважає, що купує за новою, більш вигідною ціною. Але зазвичай це тільки ілюзія. Вартість товару завжди була 139 гривень, а рядок із закресленою «вартістю» 179 гривень зроблений для того, щоб створити візуальний зиск для клієнта та змусити купити товар у більшій кількості. Адже нова ціна така вигідна!

Цей метод насправді працює. Великі супермаркети та роздрібні магазини не дарма ним постійно користуються. Ви також можете запровадити це у форматі «Спеціальна пропозиція». Припустимо, що ціна товару спочатку становила 500 гривень. Аби збільшити ціну непомітно, зробіть так:

**600 грн-**  
**Нова ціна – 520 грн.**

Цей метод нерідко спрацьовує і дозволяє збільшити маржу. **Зверніть увагу – ми нікого не обманюємо: ціна справді нова!**

Можливо, постійні клієнти зацікавляться: а чому вчора товар коштував 500 грн., а сьогодні за новою, «дешевшою» ціною – вже 520. У такому випадку можете запропонувати наступне: *«Тільки для вас як для постійного покупця ми зробимо знижку та дозволимо купити за старою ціною 500 гривень».*

### Ще один незвичний спосіб збільшення маржі

Розкажу на прикладі кав'ярні. Припустимо, що в кав'ярні ви продаєте каву та булочки. Кава коштує 18 гривень, булочка – 7 гривень. Разом це становить 25 гривень. Але якщо ви напишете: «Спеціальна пропозиція: кава + булочка = 28 гривень», то більшість клієнтів нею скористаються. Адже люди звикли, що **спеціальна пропозиція – це завжди вигідно.**

### Пам'ятаймо про закони бізнесу

*Немає такого таємного інгредієнту, з яким ваш бізнес одразу стане успішним. Але є безліч ефективних методів, за допомогою яких ви можете збільшити обсяги продажів, власні прибутки й заробітки. Про декілька з них я вам сьогодні розповім.*

**Спробуйте скористатись цими порадами вже завтра – результату у вигляді грошей не доведеться довго чекати!**

Юрій СЛЕПКО,  
бізнес-консультант  
Запишись на безкоштовну консультацію  
067-586-18-51  
slepko@consultant.com