

Motiviranje željenog ponašanja kupaca cijenom



Pravilo dobrog trgovanja:

Pravilo dobrog trgovanja kaže da kupovati treba kada je prilika, a ne onda kada se baš mora kupovati.

Stoga prodavači stvaraju okolnosti koje će kupci smatrati dobrom prilikom koju nikako ne smiju propustiti.



Najčešće prilike vezane uz odluke o cijeni (1/4)

1. Snižnja – uobičajeni način privlačenja i motiviranja kupaca na kupnju (npr. radi preseljenja, isteka roka i sl.).



2. Oznaka „hitno“ – (npr. u oglasu za automobil, stan i sl.) kupcu govori da vlasniku treba novac hitno te da je vjerojatno spreman znatno sniziti cijenu kupcima koji mogu odmah osigurati novac.

3. Plaćanje u ratama – pogodno kod visokih cijena proizvoda (npr. novi iPhone 6 na 12 ili 24 mjesečne rate).



Najčešće prilike vezane uz odluke o cijeni (2/4)

4. Popust na količinu – trgovci „velikim“ kupcima odobravaju popuste kako bi kupci kupili više proizvoda, a trgovci smanjili zalihe.

5. Popust na plaćanje u gotovini – (npr. 5 ili 10%) čime se izbjegava plaćanje provizije za POS uređaj banci ili provizije kartičnim kućama.

6. Sezonski popust – provodi se radi smanjivanja zaliha i pripreme za iduću sezonu (najčešće kod odjeće, obuće, opreme i sl.)



Najčešće prilike vezane uz odluke o cijeni (3/4)

7. Rasprodaje zbog preuređenja ili zatvaranja – kupci nemaju razloga za sumnju u motive trgovca koji se na taj način žele riješiti zaliha.

8. Besplatni dodatci – (npr. kod automobila dodatna garancija, oprema, servis određeni broj godina i sl.) riječ je o prikrivenom sniženju kojeg trgovci provode jer se boje da ukoliko jednom snize cijenu, više nikada neće moći tražiti više za iste proizvode.

9. Promotivne prodaje – primjenjuju se kod novih i poboljšanih proizvoda te ih se nudi po promotivnim cijenama u određenom vremenskom razdoblju (npr. tijekom sajma).



Najčešće prilike vezane uz odluke o cijeni (4/4)

10. Skupljanje nagradnih bodova (loyalty program) – pomaže u vezivanju kupca uz određeni lanac trgovina jer skupljanjem bodova prilikom kupovine stječe popuste na određene proizvode ili tijekom iduće kupovine.

11. Lažna sniženja – trgovci prvo povećaju cijene proizvoda (npr. za 40%), a nakon nekog vremena cijenu tog proizvoda snize (npr. za 20%). Ili podignu cijene drugih artikala kako bi određeni proizvod učinili povoljnim i potaknuli kupca da kupi upravo taj proizvod.



Pitanja za ponavljanje:

- Navedite pravilo dobrog trgovanja.
- Navedite najčešće prilike vezane uz odluke o cijeni.
- Objasnite svaku od najčešćih prilika vezanih uz odluke o cijeni.