ПСИХОЛОГИЯ ЦЕНЫ

Как назначить цену,
которую готовы платить



ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО

Виктория Кабанец

Психология цены

https://litres.ru/74442908
SelfPub; 2026

Аннотация

Почему один и тот же продукт продаётся и за 300, и за 3000 рублей — и в обоих случаях находит покупателей? Дело не в содержании, а в том, как воспринимается цена.

Эта книга разбирает ценообразование как психологический процесс, а не бухгалтерский расчёт. Вы узнаете, почему заниженная цена иногда снижает продажи вместо того, чтобы их увеличивать, как выстроить линейку цен из нескольких уровней, когда скидки работают на вас, а когда разрушают доверие, и как повысить цену, не теряя аудиторию.

Книга подойдёт тем, кто уже продаёт (или готовится продавать) цифровые продукты, курсы или услуги, но чувствует, что называть цену — самая неловкая часть процесса. После прочтения вы будете знать, как назначить цену осознанно — и объяснить самому себе, почему она именно такая.

Содержание

Оглавление 5
Введение. Почему «просто назначить цену» не работает 6
Глава 1. Цена — это не про себестоимость 7
1.1 Три вопроса вместо расчёта себестоимости 8
Конец ознакомительного фрагмента. 9

Виктория Кабанец
Психология цены

ПСИХОЛОГИЯ ЦЕНЫ

Как назначить цену, которую готовы платить

Оглавление

Введение. Почему «просто назначить цену» не работает
Глава 1. Цена — это не про себестоимость
Глава 2. Три психологических якоря цены
Глава 3. Почему низкая цена не спасает продажи
Глава 4. Архитектура линейки цен
Глава 5. Как показать ценность до того, как назвать цену
Глава 6. Скидки: когда они помогают, а когда разрушают доверие
Глава 7. Как повысить цену без потери клиентов
Глава 8. Частые ошибки в ценообразовании
Глава 9. Пошаговый план: назначьте свою первую осознанную цену
Заключение
Приложение. Чек-лист ценообразования

Введение. Почему «просто назначить цену» не работает

Большинство новичков назначают цену одним из двух способов: копируют цену конкурента или называют первое число, которое пришло в голову и не кажется «слишком наглым». Оба подхода игнорируют главное — цена не описывает продукт, она описывает историю, которую человек рассказывает себе о том, почему стоит заплатить именно столько.

Одна и та же электронная книга может продаваться и за 300, и за 3000 рублей — и в обоих случаях находить покупателей. Разница не в содержании, а в том, как выстроена подача: что говорится до цены, как оформлена страница продукта, какие есть доказательства результата, и с чем покупатель мысленно сравнивает предложение.

Эта книга разбирает ценообразование как психологический, а не бухгалтерский процесс. Мы разберём, откуда берутся ощущения «дорого» и «дёшево», почему заниженная цена иногда снижает продажи, а не увеличивает их, как выстроить линейку продуктов и как поднимать цену со временем, не теряя аудиторию.

Люди редко платят за то, что вы продаёте. Они платят за то, что, по их мнению, это им даст — а это можно и нужно показать раньше, чем назвать цифру.

Глава 1. Цена — это не про себестоимость

Классическая ошибка — считать цену от затрат: сколько часов ушло на создание, сколько стоит хостинг, сколько «должен» стоить час вашей работы. Этот расчёт полезен для того, чтобы не продавать в убыток, но он почти ничего не говорит о том, сколько готов заплатить покупатель.

Покупатель не видит и не оценивает ваши затраты. Он оценивает результат: сколько времени, денег или нервов сэкономит продукт, и сколько стоит альтернатива — сделать это самому, заплатить другому специалисту, или не решать проблему вообще.

1.1 Три вопроса вместо расчёта себестоимости

• Сколько стоит альтернативное решение той же проблемы (другой продукт, специалист, потерянное время)?

• Насколько срочна и болезненна эта проблема для покупателя прямо сейчас?

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.