

*Témakörök: tervezés, kisvállalati árképzés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, termékfejlesztés*

## Hogyan emelj árat? – II. rész

Már is elolvashatod az áremelésről szóló tanulmány 2. részét!

A [cikk első részében](#) elsősorban az áremelés kérdését az ár oldaláról közelítettem meg, most viszont fordul a kocka: az áremelés kérdését termék oldalról vizsgáljuk meg.

Nagyon fontos tudnod, hogy mikro- vagy kisvállalkozás tulajdonosaként milyen árképzési stratégiát érdemes folytatnod.

Olvass tovább, és tudd meg, hogyan „ne kelts felháborodást” vevőidben, ha áremelésre kényszerülsz.



**Remélem hasznodra válik majd ez a kis tanulmány!**

Üdvözlettel,

**felnőttképzési szakértő, KKV  
marketing oktató**

*Témakörök: tervezés, kisvállalati árképzés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, termékfejlesztés*

Ugye Te is felháborodsz, ha az általad kinézett termék, vagy szolgáltatás ára a következő héten indokolatlanul megemelkedik, és még mindig ugyanazt kapod cserébe?



Nos, így tesznek a Te vevőid is!

**Vegyünk észre két fontos szót, mert a megoldás kulcsa bennük rejlik:**

**INDOKOLATLANUL és UGYANAZ A TERMÉK.**

Míg a multik zsonglőr módjára dobálózhatnak az áraikkal, akcióikkal, ezt Te mint kisvállalkozó nem teheted meg ilyen egyszerűen.

Neked nagyon rafinálnak kell lenned , ha áremelést tervezel, ha el akarod kerülni a kellemetlenségeket.

**Mielőtt belemennék a részletekbe, döntést kell hoznod egy nagyon fontos dologban.**

El kell döntened, hogy mekkora áremelést készülsz végrehajtani.

Tegyük fel, hogy most ugye lősz egy, vagy több célcsoportra.

A válság hatására a vevők nagyon óvatosak lettek, sok mikro-és kisvállalkozás azt tapasztalta, hogy megfogyatkozott a vevőik, érdeklődőik száma.

*Témakörök: tervezés, kisvállalati árképzés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, termékfejlesztés*

Induljunk most ki egy ilyen helyzetből, és tegyük fel, hogy áremelést tervezel.

Ugye Te is érzed, hogy ez egy öngyilkosságra való hajlammal ér fel...KIVÉVE HA...

...ha jól csinálod:-)

Mert akkor éppen az ellenkezője történik, mint amire számítasz: lecserélődik a "vevő felhozatal", és sereglenek Hozzád azok az új fajta vevők, akiket elsősorban nem a pénz, hanem az érték érdekel.



Mire szeretnék rámutatni?

Arra, hogy érdemes azt is megfontolnod, hogy átállítod a vállalkozásodat más célcsoportra. Elkezdesz lőni egy másik rétegre, **elkezdesz bevonzani egy olyan réteget (vagy rétegeket), akiket nem az ár érdekel, hanem a minőség, és az ÉRTÉK, amit a pénzükért kapnak, az egyedi konstrukciók, a MÁS.**

Most már azt is tudod, hogy válság idején az egyik lehetséges kitörési pont az lehet, ha más célcsoportra kezdesz lőni, mint eddig.

Hidd el, ez egy általam is letesztelt és bejáratott stratégia.

Copyright by Vállalkozó Tanoda 2010  
A magyar kisvállalkozók iskolája!  
[www.vallalkozoi-tanfolyamok.net](http://www.vallalkozoi-tanfolyamok.net)



*Témakörök: tervezés, kisvállalati árképzés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, termékfejlesztés*

Lehet, hogy nem döntesz amellett, hogy átálltok egy másik célcsoportra, egy másik rétegre, de azok a lépések, amelyeket most leírok, úgylis változást hoznak majd a vevőkörödben is.

Egyszer csak olyan vevőkkel fogsz találkozni, akiről eddig nem is tudtál. :-)

Íme tehát a recept:

- Áremelés megtervezése, kalkulálása.
- Termékek-szolgáltatások felülvizsgálata, fejlesztése, érték növelés.
- Értéknövelt termék (újra) bevezetése.

Ne kövesd el azt a hibát, hogy minden szolgáltatásod, minden terméked árát egységesen megemeled!

Minden vállalkozásban vannak húzótermékek és szolgáltatások, amelyekből a legtöbbet adunk el, amelyeket a leginkább kedvel a célközönség.

Abba most ne menjünk bele, hogy **a terméked / szolgáltatásod profi, megoldást kínál a célcsoport problémáira**, valóban segít nekik stb. Ennek magától értetődőnek kell lennie.

**Válaszd ki a húzótermékeket, és fejleszd tovább őket.**

*Témakörök: tervezés, kisvállalati árképzés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, termékfejlesztés*

**Növelj értéket**, csatolj a termékekhez bónuszt, ajándékot, vagy hozz létre olyan kombinált termékeket, amelyek hasznosak lesznek a célcsoportnak!

Ezt lehet valóban profin csinálni, és nagyon el is lehet szúrni.

Ha Te inkább profin hajtanád végre, akkor vedd fel [velem a kapcsolatot!](#)

: -)

Érdeemes legkésőbb ezen a ponton visszaolvasnod azt a 14 oldalas ingyenes tanulmányt, amit a termékpiramis építésről írtam korábban!

[Termékpiramis tervezés](#)

<http://www.vallalkozoi->

[tanfolyamok.net/tanulmanyok/termekpiramis\\_tervezes\\_teljes.pdf](http://www.vallalkozoi-tanfolyamok.net/tanulmanyok/termekpiramis_tervezes_teljes.pdf)

Nos, ezután az új, értéknövelt termékeket bevezetjük úgy, mint egy teljesen új terméket, vagy szolgáltatást!

Miről beszélek? Egy termék újra bevezetéséről!

Ezután már "csak" a szokásos játékot kell űznöd, vagyis a termék folyamatos marketingezését.

*Témakörök: tervezés, kisvállalati árképzés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, termékfejlesztés*

Fontos tudnod, hogy a fentiekben leírtak csupán irányadásként funkcionálnak.

Ez a fajta áremelés és termékfejlesztés igazán kreativitást igényel, és munkaigényes, viszont **amit nyersz vele, az felbecsülhetetlen:**

- **új, "jobb vevőket"**, akikkel álom dolgozni.

Az ár őket is érdekli, de ha a megemelt ár mellé értékben passzoló konstrukciót adsz nekik, akkor nem fognak lázadozni, sőt! Tisztelni, szeretni fognak, és persze a termékeidet is. :-)  
Ettől még nem kell lemondanod (és nem is ajánlom) a "régii" célcsoportodról sem, hiszen az ő számukra is meghagyod a kínálatot, egy más konstrukcióban.

- **Az érdeklődők, vevők száma megemelkedik**, és élettartam értékük is megnő.

Kívánhatsz ennél többet?!

- Automatikusan **megkülönbözteted magad a konkurenciától**, és ami a legszebb: a vevőid is ezt teszik. :-)

- A legnagyobb nyeresémet még nem említettem: Ettől a művelettől **intenzíven fejlődik a kreatitásod**, folyamatosan fejlődsz tudásban, szakértelemben is, és nagy kedvet kapsz a további tanuláshoz, fejlődéshez.

*Témakörök: tervezés, kisvállalati árképzés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, termékfejlesztés*

Bármilyen furcsa, az én szememben ez utóbbi a legnagyobb hozadéka úgy általában véve is a fejlesztéseknek.

Nincs annál fantasztikusabb, mint mikor tanulóinkon, ügyfeleinken látom a pozitív változást, ahogy kreativitásuk is egyre inkább fejlődik!

Nincs csodásabb hír, amikor azt hallom, hogy „Használok, csinálom, előrevisz az, amit [itt megtanultam nálatok!](#)”

Nos, remélem, hogy ettől a 2 részes tanulmánytól majd kicsit más szemmel nézel az áremelés kérdésére, ami valóban kényes téma, ezért beszélnünk kellett róla. :-)

Sikeres vállalkozás kíván Neked,

Weinzierl Anett

felnttkepzési szakértő, KKV marketing oktató

[www.vallalkozoi-tanfolyamok.net](http://www.vallalkozoi-tanfolyamok.net)

Még több ingyenes cikkért és tanulmányért iratkozz fel Vállalkozói Hírlevelünkre!

[http://www.vallalkozoi-tanfolyamok.net/vt\\_hirlevel.htm](http://www.vallalkozoi-tanfolyamok.net/vt_hirlevel.htm)