

# Jak podnosić ceny za swoje usługi?

Podnoszenie cen to bardzo istotny temat biznesowy, o którym mało kto chce rozmawiać głośno.

Wynika to głównie z trzech obaw:

- przed utratą stałych klientów i odstraszeniem nowych,
- przed reakcją konkurencji na nasz krok,
- czy na pewno moja firma i ja jesteśmy tego warci.

Należy jednak zdać sobie sprawę, że wzrost cen jest jest nieodzownym elementem dorastającej i rozwijającej się firmy. Dobrze zaplanowany system podnoszenia cen sprawi, że tylko zyskasz.

W efekcie zarówno ty, jak i twoja firma wejdziecie na nowy, lepszy rynek.

Zacznijmy jednak od początku. Podnoszenie cen w usługach – zwłaszcza takich, które aspirują do miana ekskluzywnych – powinno być na porządku dziennym. Mam tu na myśli zmiany cennika minimum dwa razy do roku. Działanie to powinno być zawsze odpowiedzią na sytuacje zaistniałe w naszej firmie i następować w określonych momentach.

Skąd masz wiedzieć, kiedy jest ten właściwy moment?

**Poniżej znajdziesz kilka stwierdzeń. Jeżeli odnoszą się one do ciebie, to zdecydowanie powinieneś wprowadzić *System podnoszenia cen*.**

1. Zysk, który przynosi twoja firma jest niezadowolający.
2. Dostajesz sygnały z zewnątrz, że twoja praca jest warta o wiele więcej.
3. Kalendarz z nowymi projektami masz wypełniony na dwa miesiące do przodu.
4. Pracujesz więcej niż 10 godzin dziennie, poświęcając życie prywatne i rodzinne.
5. Weekendy przeznaczasz na nadgonienie zaległości.
6. Dostajesz więcej zleceń niż możesz obsłużyć.
7. Dysponujesz zbyt małym czasem dla stałych i obecnych klientów.
8. Nie wyrabiasz się z terminami i obietnicami dla klientów.
9. Narastają w tobie frustracja i stres, związane z tym, że wciąż jesteś w pracy.
10. Przesadnie reagujesz na oczekiwania klientów – masz wrażenie, że cię wykorzystują.
11. Twoje oszczędności topnieją z każdym miesiącem albo w ogóle ich nie ma.
12. Tracisz zdrowie i energię, której nie jesteś w stanie odbudować.
13. Na wakacje jeździsz tylko raz w roku, nie dłużej niż na kilka dni.
14. Coraz częściej pojawia się u ciebie myśl: „Po co mi była ta firma?”

## System podnoszenie cen

**Pamiętaj! Podnoszenie cen nigdy nie powinno być celem samym w sobie. Obserwuj rynek, swoją firmę i swoich klientów. Ale najważniejsze:**

1. **Określ cele i priorytety.** Może wydać ci się to dziwne, ale wiele firm ma z tym problem. Nie wiedzą, jakie mają cele! A jeśli nie znasz celu, nie znasz też drogi do jego osiągnięcia. Zatem pierwszym krokiem jest ustalenie celów – mam tu na myśli poznanie pełnych kosztów, i pełnych zysków, które będą dla ciebie satysfakcjonujące.

*Zysk dla przedsiębiorcy to nie tylko pieniądze (choć są one bardzo ważne), ale również czas dla siebie, dla rodziny i czas na rozwój. Satysfakcja z pracy i z siebie. Możliwość odłożenia i zainwestowania oszczędności. Określ zatem stan idealny, do którego chcesz dążyć.*

2. **Przyjrzyj się swojemu cennikowi** i policz o ile muszą wzrosnąć twoje ceny, by osiągnąć stan z punktu pierwszego.
3. **Przygotuj plan zmiany cen** (określ go konkretnymi kwotami i terminami) – tak, by podnosić ceny regularnie i o określony poziom.
4. **Cennik zbuduj tak, by klient miał wybór.** Nigdy nie stawiaj go przed faktem dokonanym. Zawsze proponuj daną usługę w dwóch lub trzech wariantach. Podstawowa, bardziej rozbudowana i ekskluzywna. Podstawowa usługa powinna mieć wysoką barierę wejścia – dzięki temu kontrolujesz i zarządzasz swoją grupą klientów. Świadomie informujesz, od jakiej kwoty jesteś w stanie wejść we współpracę. Np. mini sesja zdjęciowa 5 zdjęć – 300 zł, sesja zdjęciowa 15 zdjęć + odbitki – 550 zł, Sesja zdjęciowa 20 zdjęć + odbitki + ekskluzywny album + ekspresowa obróbka zdjęć do 5 dni roboczych – 790 zł. Taki system pozwala klientowi dokonywać samodzielnych, mniej lub bardziej przemyślanych wyborów. W efekcie zyskujesz jego szacunek i uznanie, bo sam mógł zdecydować czego chce.
5. **Zmieniaj ceny** w momencie, gdy twój terminarz zapewnia ci pracę na co najmniej dwa miesiące do przodu. Wówczas nie będziesz czuł presji, a klienci będą mieli czas, by przyzwyczylić się do nowego stanu rzeczy.
6. **Analizuj sprzedaż konkretnych usług** – prowadź pełny monitoring. Z czasem modyfikuj cennik tak, by cena usługi rozbudowanej stała się ceną usługi podstawowej. W ten sposób dojdiesz do zamierzonego celu.

*Pamiętaj, by każde podniesienie ceny było też potwierdzone rozwojem firmy bądź nowymi atrakcyjnymi projektami, w które właśnie wchodzisz. Taki stan rzeczy sprawi, że sam będziesz czuł, że jesteś w dobrym miejscu, o dobrym czasie, a twoje działania są właściwe.*

7. **Nigdy sam nie informuj** klienta o zmianach cen – nie masz obowiązku tłumaczenia się z podjętych działań.
8. **Nigdy zbyt szybko nie wycofuj się ze zmian** i nie wracaj do starego cennika. Przeczekaj. Ewentualnie ogłaszaj akcje promocyjne i nowe atrakcyjne projekty. Czasem klienci potrzebują czasu, żeby oswoić się z nowymi cenami.
9. **Zawsze miej pod ręką listę argumentów**, tych mikro i tych makro, które są odpowiedzią na wprowadzane przez siebie zmiany. To uchroni cię przed rozterkami.

Jeśli zdecydowałeś się podnieść ceny, pozostaje mi tylko pogratulować i trzymać za siebie kciuki. Abyś wiedział, że dobrze robisz, na koniec zamieszczam specjalnie dla Ciebie kilka ważnych zalet wynikających z podnoszenia cen.

## Zalety podnoszenia cen

- Wyższe zarobki,
- wyższe oszczędności,
- więcej czasu na samorozwój i rozwój firmy,
- wyróżnienie się na tle konkurencji,
- większy sens życia,
- samozadowolenie i duma,
- lepsze relacje z klientami,
- większy szacunek u klientów,
- większa rozpoznawalność marki,
- silniejsza marka,
- lepsza reputacja,
- podniesienie poczucia własnej wartości,
- większa kreatywność i przedsiębiorczość,
- większa odwaga do sięgania wyżej i dalej.

Powodzenia!

Monika Serek

[MonikaSerek.com](http://MonikaSerek.com)

Artykuł jest dodatkiem do 202. odcinka podcastu Mała Wielka Firma: [MałaWielkaFirma.pl/202](http://MałaWielkaFirma.pl/202)