

21 августа 2020

# Как ценовая дискриминация помогает увеличить средний чек

Бритвенный станок для мужчин стоит 100 рублей. Точно такой же станок в розовой упаковке «для женщин» стоит в несколько раз дороже. Это ценовая дискриминация – одна из самых спорных техник продаж. Бизнес.ру рассказывает, как это работает и стоит ли использовать ценовую дискриминацию малому бизнесу.

Ценовая дискриминация – техника формирования различных цен на один и тот же товар для разных потребителей. Слово «дискриминация» тут вовсе не означает ущемление прав. Суть метода – в разделении целевой аудитории по сегментам в зависимости от индивидуальной потребности в конкретном товаре. Полезный сервис для ИП и ООО: аутсорсинг бухгалтерии. В каждый тариф включены услуги бухгалтера, кадровика, юриста и возможность проверки контрагентов. При подключении в этом месяце – подарок.

## Как это работает

Успешную ценовую дискриминацию можно осуществлять при продаже в случае, если:

1. Компания имеет значительный вес на рынке, в идеале является монополистом.
2. Есть возможность легко идентифицировать своих покупателей и разделить их на группы в зависимости от эластичности спроса — то есть от реакции клиентов на изменение цен. Если спрос примерно одинаков



у всех категорий, ценовая дискриминация окажется невыгодной.

3. Существует запрет на арбитражные сделки, то есть покупатель не имеет возможности купить товар дешевле, а затем перепродать с выгодой для себя.

Согласно теории ценовой дискриминации, метод работает так:

1. Компании нужно сегментировать рынки на низкоэластичные и высокоэластичные, «дорогие» и «дешевые». Важно надежно изолировать, обособить их друг от друга, чтобы покупатели «дешевого» рынка не могли перепродать товар на рынке «дорогом».
2. Для потребителей с низкоэластичным спросом производитель устанавливает высокие цены. Для покупателей с высокоэластичным спросом, напротив, стоимость снижается. Низкоэластичный спрос способствует увеличению прибыли за счет возможности повышения расценок. Высокоэластичный – за счет увеличения продаж благодаря снижению цен.
3. На первый план выходит грамотное позиционирование товара. Например, покупателям с высоким уровнем дохода демонстрируют преимущества, которые подчеркивают их статус. А потребителям с низким уровнем дохода предлагают обратить внимание на практичность, многофункциональность.

Современные технологии позволяют применять ценовую дискриминацию и для интернет-покупок. Например, специальные алгоритмы помогают отслеживать, с какого компьютера покупатель выходит в Интернет и какие поисковые запросы чаще выполняет. Так, обладателям «яблочного» смартфона, которые выходят в сеть из центрального района Москвы как более платежеспособным потребителям, обычно предлагают повышенные расценки.

Тенденция в малом бизнесе – переводить бухгалтерию на аутсорсинг. Эксперты подхватят ваш учет и отчетность на любой стадии, предварительно проведя аудит. Учет будут вести квалифицированные бухгалтеры, финансовая ответственность которых застрахована. Это значит, что в случае ошибки штрафы будете платить не вы, а аутсорсер. Здесь можно посмотреть стоимость обслуживания именно для вашей компании.

Павел Костин, генеральный директор платформы мультиканального маркетинга Exropea: «Ценовая градация зависит от того, как вы собираете данные о клиентах и как ими управляете. Формируйте из клиентов сегменты, предлагайте им индивидуальные цены - и поднимете продажи минимум на 10%. Для клиентов мы делаем ценовую градацию так: сравниваем просмотры и покупки товара за последние 30-180 дней по каждой позиции и сортируем их по количеству просмотров, покупкам за последние 90 дней, складским запасам, конверсии в покупку и коэффициенту продаваемости».

## Ценовая дискриминация: виды и степени

По степени присвоения покупательского излишка различают три вида ценовой дискриминации:

- Ценовая дискриминация первой степени

Ценовая дискриминация первой степени – это редко применяемая на рынке технология. Она подразумевает реализацию товара по максимальной стоимости, которую готов заплатить представитель конкретной ЦА. Производитель получает потребительский излишек полностью. На практике совершенная ценовая дискриминация встречается на рынке частных услуг: среди юристов, врачей, дизайнеров. Таким специалистам проще определить, какую сумму готов выложить потенциальный клиент, а какие цифры «отпугнут» его и заставят отказаться от услуги.

- Ценовая дискриминация второй степени

Подразумевает разделение по объемам. Этот тип ценовой дискриминации характеризуется принципом: больше купишь – меньше заплатишь. Яркие примеры: скидки, скидки за опт, сезонные абонементы. Постоянная часть стоимости остается неизменной, а вторая, «плавающая», варьируется в зависимости от тарифа, который формирует сам производитель.

- Дискриминация третьей степени

Эта модель характеризуется распределением потребителей по уровню доходов. Производитель формирует индивидуальную цену таким образом: дороже для покупателей с неэластичным спросом и высоким уровнем дохода, дешевле - для потребителей с повышенными потребностями в конкретном товаре или услуге, но не готовых переплачивать. В качестве примера этой модели выступают льготные билеты для детей из многодетных семей, тарифы «Эконом» и «VIP», утреннее и вечернее меню в ресторане. Главное условие – исключить возможность пересечения целевых сегментов.

**Сергей Воробьев, руководитель направления «Ценообразование» ГК «КОРУС Консалтинг»:** «Ценовая дискриминация встречается не только оффлайн, но и в электронной коммерции. Разные покупатели (сегменты) видят разные цены в одном и том же интернет-магазине. Цены же могут отличаться в зависимости от стиля жизни и социально-демографических характеристик сегмента. Например, современные гаджеты будут стоить дороже для молодых ИТ-специалистов, чем для туристов или мам в декрете. Ведь их потребности (а в результате и спрос) сильно отличаются. В правильном разделении покупателей на группы и кроется эффективность ценовой дискриминации. Чем лучше компания "чувствует" реальную ценность товара для покупателя, тем лояльней он становится, а значит, растет прибыль бизнеса».

*Источник: Бизнес.ру*