

「粗利を2倍にし、安定した管理をするための価格決定法と管理法」とは？

1. 経営者が値段を下げすぎる病気

- ① 競合他社に仕事を奪われるのが怖いから、しぶしぶ相手の価格にあわせる。
- ② 仕事を減らされることへの恐怖感より、お客様のコストダウン要請のいいなりになる。
- ③ 品質問題や納期トラブルを多発させているため、お客様のコストダウン要請を聞かざるをえない。
- ④ もともと仕事量が薄く、操業度維持のために値段を下げざるをえない
- ⑤ 新規参入や新商品の受注獲得のために、いわゆる「エビでタイを釣る戦略」に出たが、タイが釣れない。

“科学的根拠のない安い価格”を提示している

つつい“えいやっ！”といった精神論的な価格をお客様に提示してしまい、せっかくの儲けのチャンスを自らの意思で放棄してしまっているのでは？

解決するためには！！

これ以上は絶対に**譲歩できないギリギリの価格を持つ**方法です。それも、そのカードを複数持つことがポイントなのです。

価格を決めるのはお客様にあらず

「価格はお客様が決めるもの」？

？

価格を下げて儲けるワザ

?

病気

価格決定ファイブツール

1. 経営者が値段を下げすぎる病気
2. 営業マンが値段を下げすぎる病気
3. 赤字商品を長年放置してしまう病気
4. 見限りではもうかるはずだった？病
5. そもそも赤字商品か否かを把握していない病気
6. いつのまにか、だれかが勝手に価格を引き下げる病気
7. 価格を間違えてしまう病気
8. 他社に仕事をとられてしまう病気
9. 新規参入ができない病気
10. 儲け寿命が尽きた商品を温存する病気

