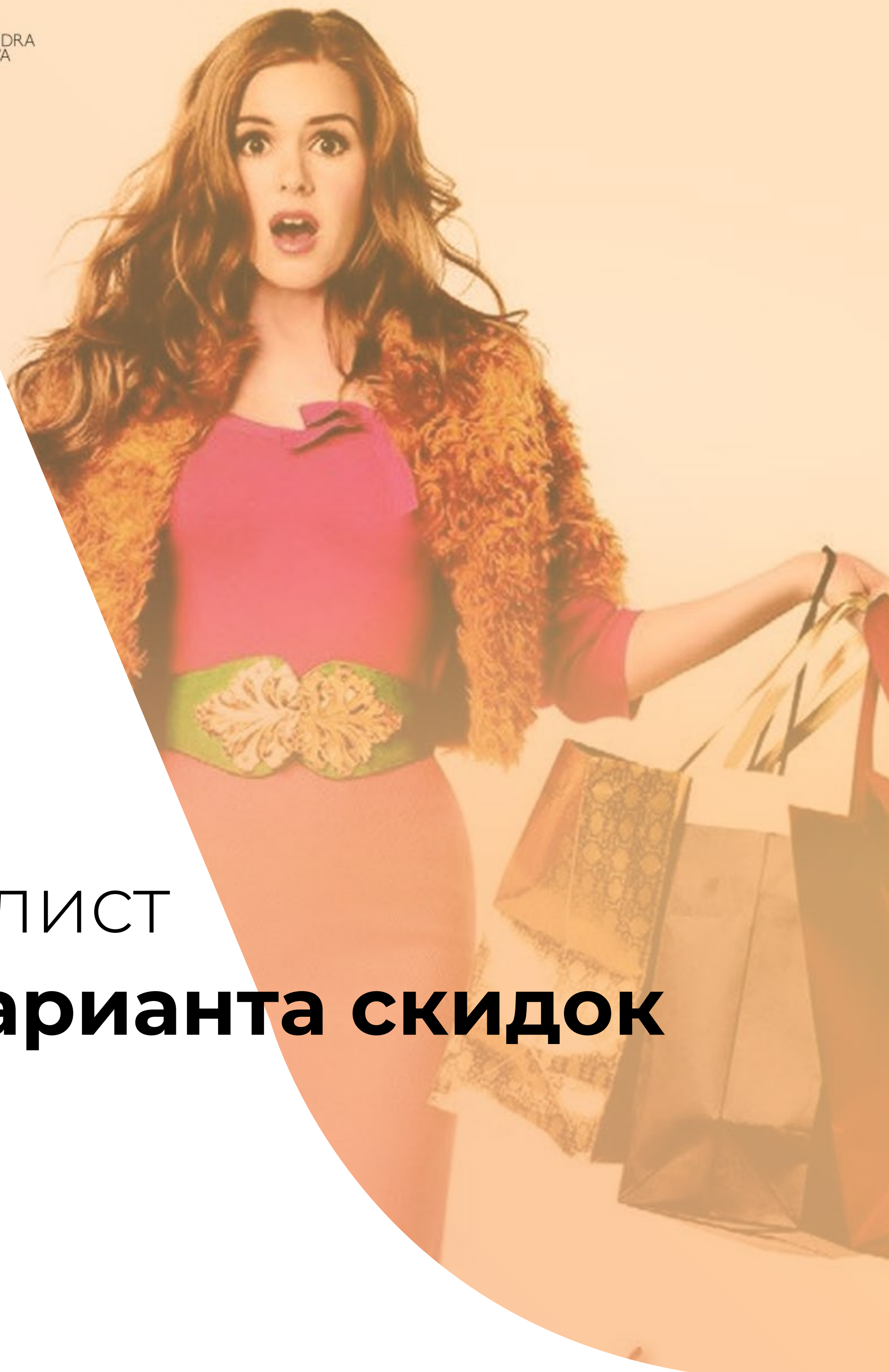




Чек-лист **22 варианта скидок**

Скидки, при правильном их применении, способны привести к увеличению ваших продаж, а также к привлечению внимания потенциальных клиентов.

Скидки можно использовать для:

- стимулирования покупки “здесь и сейчас”
- продажи товара/услуги, спрос на который небольшой
- для создания ажиотажа вокруг вашего продукта/услуги
- для повышения лояльности и удержания существующих клиентов
- для привлечения новых клиентов

Не все варианты скидок и условия их применения могут подойти для вашего товара/услуги и для вашей целевой аудитории. Для того, чтобы понять, **какие виды скидок** заинтересуют и мотивируют вашего клиента:

- поставьте себя на место клиента и проанализируйте, что с текущим ассортиментом будет преимуществом
- спросите существующих клиентов, чего бы они хотели (опрос в соцсетях, анкета)
- проанализируйте предложения конкурентов
- подумайте, что будет выгодно и удобно вам самим

ВАЖНО: Я не приветствую скидки, потому что большое количество, часто повторяющихся, скидок приводит к снижению ценности вашего продукта/услуги.

Не делайте их слишком часто.

Обратите внимание: у любой скидки должна быть причина (кроме допродаж). Если вы объявляете о скидке на какой-либо продукт/услугу - обязательно указывайте причину, иначе ценность вашего продукта в глазах клиента будет снижена. Причина- любое логическое объяснение: праздник, событие, чтобы клиент даже не допускал мысли о, например, плохом качестве вашего товара/услуги.

1. Скидка на определенный срок

Вы можете анонсировать заранее определенный период со скидками, предварительно проведя какую-либо рекламную кампанию, так же вы можете заявить о старте периода скидок день в день. Ограничение по сроку - хороший стимул, ведь клиент понимает, что скоро условия прекращают свое действие и психологически готов совершить покупку именно сейчас.

2. Скидка на один день

Скидка устанавливается на конкретный день. Это может быть “только сегодня”, либо заранее указанный день, о котором вы сообщаете своим клиентам посредством публикаций в социальных сетях, рекламной кампании, в e-mail рассылке. Такой вид скидки стимулирует клиента совершить покупку, ведь это реальный шанс сэкономить “здесь и сейчас”.

3. Скидка в определенные дни недели

Этот вид скидки хорошо подходит для офлайн бизнеса и вполне может привести к увеличению потока клиентов с помощью “сарафанного радио”.

4. Скидка на определенный срок, но убывающая по мере приближения определенной даты (тающая скидка)

Вы устанавливаете дату, когда скидка прекратит свое действие. При этом весь срок разбит на периоды, о которых знает клиент, и в течение которых он может совершить покупку с разной степенью выгоды. Часто используется при продаже вебинаров, обучающих программ, консультаций. Оплатить участие в таком случае выгоднее всего при старте продаж, но и в течение срока действия акции выгода сохраняется, чем стимулирует клиента к скорейшей покупке.

5. Скидка на определенный товар/услугу

Данный вид скидки можно комбинировать, указав не только конкретный товар/услугу, но и срок, когда она будет действовать. Например, “товар дня/недели”.

6. Скидка на предварительный заказ

Данный вид скидки пересекается с п. 4, при этом скидка не меняет своего размера. Удобнее всего обозначить конкретный период, в который будет возможно совершить предварительный заказ и получить скидку.

7. Скидка на какой-либо праздник

Это может быть как праздник клиента (например, скидка действующая в день рождения), так и праздник ваш/вашей компании. Повышает лояльность клиента, да и просто приятно получать такой поздравительный вид скидки.

8. Кросс-скидка

Скидка используется для допродаж, т.е. основной товар/услуга продается без скидки, а на дополнительный (сопутствующий) действует скидка при одновременной покупке. Клиенту в любом случае необходим будет данный продукт, а скидка замотивирует его приобрести его здесь и сейчас.

9. Скидка на не сезонный продукт/услугу

Данный вид скидки поможет вам увеличить свою прибыль в период затишья. Люди привыкли, что вне сезона стоимость существенно снижается, таким образом, они тратят деньги на не актуальный в данное время продукт, получая при этом выгоду.

10. Скидка на определенный товар/услугу

Мотивирует клиента приобрести больше здесь и сейчас, получив выгодные условия. Можно установить несколько ограничений и размеров (например, при покупке на 5000 - скидка 5%, на 10000 - 10% и т.д.)

11. Накопительная скидка

Повышает лояльность существующих клиентов. Если их устраивает качество вашего товара/услуги - они получают мотивацию приходить к вам чаще и экономить.

12. Персональная скидка

Персональная скидка может предлагаться какому-либо конкретному клиенту, либо же группе клиентов в офлайн бизнесе (например, скидка для студентов, для мам с детьми, листовки, скидочные купоны, флаеры, e-mail рассылка с особыми условиями).

13. Скидка при открытии продаж на новый продукт/услугу

Поможет в продвижении вашего нового товара/услуги, простимулирует спрос на них.

14. Скидка за взаимодействие в социальной сети (репост, лайк, комментарий, отзыв, подписка)

Данный вид скидки поможет в продвижении вашего товара/услуги в социальных сетях, увеличит охват ваших постов.

15. Скидка по ситуации

Скидка появляющаяся в момент диалога с клиентом, если у вас нет определенной практики применения скидок и конкретно обозначенных условий.

16. Партнерская скидка

Вы привлекаете партнера, который занимается продажей вашего продукта/услуги, за это он сам получает скидку на ваш продукт/услугу. Также скидку могут получать и клиенты, привлеченные таким партнером.

17. Скидка за рекомендацию другу

Скидка может быть предложена как обоим, так и только тому, кто рекомендовал.

18. Постоянная скидка

Повышает лояльность и удерживает вашего клиента, он понимает, что у вас для него особые условия и не стремится искать такое же предложение у других. Конечно, если качество ваших услуг его устраивает.

19. Скидка за быструю покупку/оплату, за покупку при первом обращении

Вы экономите свое время на обработку заказа и общение с клиентом - клиент получает выгодные условия покупки.

20. Скидка по промокоду (рекламная кампания)

Продумайте места размещения и принцип такой рекламной кампании. Возможно использовать, как дополнительный приз (подарок) при проведении конкурсов/марафонов в социальных сетях.

21. Неожиданная скидка

Придумайте любой повод и порадуите ваших клиентов неожиданной и приятной скидкой.

22. Комбинированная скидка

Вы можете использовать и комбинировать несколько видов скидок. Например, скидка на определенный товар в определенный день, или скидка при открытии продаж за взаимодействие в соц.сетях.

Разовые скидки очень хорошо использовать для повышения вовлечения в социальных сетях. Призывайте подписчиков включить уведомления о публикациях и пообещайте скидку за подписку (например: “завтра в течение часа у вас будет возможность получить скидку на мою услугу/продукт совершенно бесплатно, для этого вам нужно будет использовать промокод, который я размещу в профиле. Чтобы не пропустить публикацию - подписывайтесь на уведомления!”)

Этот материал - **часть закрытого клуба Gureeva.club**

Внутри клуба:

Библиотека знаний - **20 мастер-классов, 40+ часов видео**

Доступ к эксклюзивным материалам, созданным специально для участниц клуба. Мы покажем, что и как вам нужно сделать, чтобы создать бизнес и жизнь, о которой вы мечтаете.

Среди доступных мастер-классов:

- Увеличиваем прибыль за выходные
- Вовлечение в Инстаграм для поднятия продаж
- Таргетированная реклама в Инстаграм
- Способы повышения лояльности клиентов
- Таргетированная реклама Вконтакте
- Малобюджетное продвижение
- СПИН продажи

Практические материалы

Рабочие тетради, чек-листы и инструкции - эти ресурсы помогут вам просто и быстро применить новые знания

Закрытая группа Вконтакте - 400+ единомышленниц

Рано или поздно у вас возникнут вопросы. В нашем сообществе мы всегда готовы помочь друг другу. Здесь вы найдете надежных друзей и партнеров + ответы на все свои вопросы.

<http://lp.gureeva.tv/club>

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ ПРО КЛУБ