


Dlaczego nie warto obniżać swoich stawek?

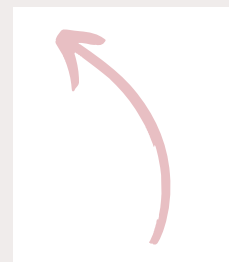
Czujesz się czasem przytłoczona i sfrustrowana brakiem klientów? Masz za mało zleceń? Myślisz o obniżeniu cen, żeby wygrać z konkurencją i wreszcie wyjść na swoje? Nie rób tego. Obniżanie cen czasem jest koniecznością. Mam na myśli sytuacje szczególne i wyjątkowe. Kiedy na przykład z jakichś powodów znajdujesz się w trudnej sytuacji finansowej i musisz zapłacić rachunek za prąd albo nakarmić dziecko. Wtedy oczywiście nie ma się co dziwić, że jesteś gotowa znacząco obniżyć stawkę, aby tylko dostać zlecenie. Ale! To nie może być Twoja strategia długoterminowa. To nie może być Twój sposób na prowadzenie firmy.



Kiedy obniżasz cenę swoich usług to automatycznie musisz pracować więcej, żeby starczyło Ci na wszystko czego potrzebujesz. Na opłaty związane z firmą i na utrzymanie siebie lub rodziny. Pracując coraz więcej za małe stawki nie będziesz mieć czasu ani pieniędzy, żeby inwestować w swój rozwój, naukę i marketing, który przecież może przyciągnąć do Ciebie dobrych klientów. Tutaj też dopadnie Cię frustracja, bo dość szybko zaczniesz czuć się zmęczona, niedoceniona i wypalona. Przestaniesz więc pracować z ochotą i najnormalniej w świecie przestaniesz również w swojej pracy się starać. Siłą rzeczy jakość Twoich usług będzie coraz niższa i wpadniesz w błędne koło niskich cen i niskiej jakości, która będzie te niskie ceny nakręcać i podtrzymywać. To się w żaden sposób nie opłaca i nie kalkuluje. Oferując niską jakość swojej pracy, nie przyciągniesz dobrze płacących klientów, ani nie zbudujesz silnej marki osobistej.

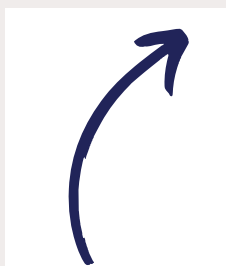


Pamiętaj też, że klienci dla których ważna jest najniższa stawka, rzadko kiedy umieją docenić wysoką jakość naszej pracy. Wynika to właściwie z dwóch rzeczy. Po pierwsze badania pokazują, że jeśli coś kosztuje nas niewiele to nie przykładamy do tego wielkiej wagi i nie uważamy tego za wartościowe. A po drugie, klient dla którego najważniejsza jest niska cena, bardzo często jest też klientem roszczeniowym i wymagającym znacznie więcej, aniżeli usługodawca w ogóle jest w stanie komukolwiek dać. Tego typu kłopotliwe współprace odbijają się zatem na Twoim dobrostanie i komforcie prowadzenia własnej firmy, a w konsekwencji również na wspomnianej wyżej jakości.



Konkuruj jakością, a nie ceną.

Prowadzenie własnej firmy to sport długodystansowy. Nie sprawdzają się tu żadne rozwiązania, które działają na krótką metę. Kiedy w swojej pracy musisz wykazać się kreatywnością, pomysłowością oraz znajomością nowinek i trendów, musisz mieć odpowiedni komfort pracy i życia. Budując markę osobistą trzeba mieć czas na szkolenia, uważną pracę i odpoczynek. Wtedy możemy mówić o wysokiej jakości oferowanych usług, które są warte wyższej kwoty.

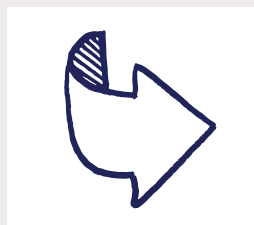


A kiedy obniżanie cen ma sens?



Poza trudnymi sytuacjami opisanymi powyżej, związanymi niejako z walką o przetrwanie, jest jeszcze kilka wariantów usprawiedliwiających niższe ceny.

Możliwość nauki.



Klient daje Ci niższą stawkę, ale dzieli się swoją wiedzą, uczy Cię pewnych procedur i pozwala Ci szlifować swoje umiejętności na jego biznesie. Dla niego będzie to mniejszy koszt finansowy, ale za to będzie musiał bardziej się w taką współpracę zaangażować i dać Ci swój czas oraz uwagę.

Możliwość korzystania z płatnych narzędzi.

W zamian za niższą stawkę klienci oferują płatne narzędzia z których możesz korzystać (uczyć się ich i pracować na nich dla innych klientów) lub też opłacają Ci konkretne szkolenia. Jeśli są to ważne narzędzia i kursy, dzięki którym realnie podnosisz swoje kompetencje i tym samym poszerzasz swoją ofertę oraz zwiększasz potencjalne zarobki to jest to dobre rozwiązanie.

Procent od dochodu/sprzedaży



Zdarza się, że klient oferuje mniejszą stawkę godzinową/projektową, ale za to dostajesz jakiś procent od sprzedaży. Ma to swoją funkcję motywującą i dla wielu jest świetnym rozwiązaniem.

Jeśli zdecydujesz się skorzystać z któregoś z tych rozwiązań, pamiętaj jednak, żeby miały one dla Ciebie realną wartość i nie były atrapami odpowiedniego wynagrodzenia.

Prowadzenie własnej firmy to nie jest zabawa. Finanse muszą się zgadzać, nasz nakład pracy i czasu musi być odpowiednio wynagrodzony, żebyśmy mogli dalej tworzyć i wspierać swoich klientów.

Zachęcam Cię więc do rozsądnej wyceny i myślenia długofalowego.

- Konkuruj jakością, a nie ceną.
- Podnoś swoje kwalifikacje i kompetencje.
- Postaw na odpowiednie działania marketingowe.

To jest strategia, dzięki której Twój biznes będzie się rozwijał.