SNAŽNE I SVOJE
PROGRAM EKONOMSKOG I DRUŠTVENOG OSNAŽIVANJA ŽENA

ЈЕДНАКОСТ EQUALITY

Kako da odredite cenu proizvoda ili usluge



Sadržaj

Uvod i o autoru

Deo I: Razumevanje vrednosti proizvoda ili usluge
- **Šta zapravo određuje cenu**
- **Troškovi koje ne smete zaboraviti**
- **Koliko vredi vaš rad i vreme**
- **Ko je vaš kupac i koliko je spreman da plati**
- **Kako istražiti konkurenciju**
- **Najčešće greške pri određivanju cene**

Deo II: Formiranje cene i predstavljanje ponude
- **Kako izračunati osnovnu cenu**
- **Marža, zarada i održivost poslovanja**
- **Kada i kako povećati cenu**
- **Kako napraviti cenu za proizvod, a kako za uslugu**
- **Kako saopštiti cenu bez izvinjavanja i opravdavanja**
- **Popusti, akcije i paketi – kada imaju smisla**

Zaključak

UVOD I O AUTORU

Kako da odredite cenu proizvoda ili usluge

Ovaj **vodič, „Kako da odredite cenu proizvoda ili usluge“, kreirala je Jelena Ristić, stručnjakinja za finansije, preduzetništvo i razvoj malih biznisa.** Jelena Ristić ima višegodišnje iskustvo u radu sa preduzetnicima i pomaže im da bolje razumeju troškove, vrednost svog rada i načine za održivo formiranje cena. U ovom vodiču naučićete kako da sagledate sve elemente koji utiču na cenu, izračunate troškove, odredite željenu zaradu i proverite koliko je vaša ponuda usklađena sa tržištem. Cilj je da vas vodi kroz praktične korake koji vode od prve računice do cene koja je jasna, održiva i opravdana, uz primere, savete i jednostavne smernice koje će vam olakšati donošenje poslovnih odluka.





Pripremite se da naučite kako da izračunate realnu cenu, prepoznate vrednost svog rada i sigurnije predstavite svoju ponudu kupcima, bez potcenjivanja proizvoda, usluge ili sopstvenog truda.

DEO I

Razumevanje vrednosti proizvoda ili usluge

Svako pravilno određivanje cene počinje jasnim razumevanjem vrednosti koju vaš proizvod ili usluga donosi kupcu. **Pre nego što odredite iznos koji ćete naplatiti, važno je da sagledate šta zapravo nudite,** kome je ponuda namenjena i koji problem rešava. Počnite tako što ćete definisati korist koju kupac dobija i vrednost koju vaša ponuda ima za njega. Pitajte se: šta moj proizvod ili usluga rešava i zašto bi kupac bio spreman da za to plati?

Sledeći korak je da sagledate sve troškove koji nastaju prilikom stvaranja i prodaje ponude. Kod proizvoda to mogu biti materijali, ambalaža, proizvodnja, transport i drugi direktni troškovi, dok kod usluga treba uračunati vreme, pripremu, opremu, alate i druge resurse. Tokom ovog procesa važno je da zabeležite svaki trošak, čak i onaj koji na prvi pogled deluje mali. Njihov zbir predstavlja osnovu za realno formiranje cene.

Paralelno sa troškovima, razmislite o vrednosti svog rada. Vaše vreme, znanje, iskustvo i veštine imaju cenu i ne bi trebalo da budu izostavljeni iz računice. Posebno kod usluga, nije dovoljno obračunati samo vreme provedeno sa klijentom – potrebno je uzeti u obzir i pripremu, komunikaciju, administraciju i sve aktivnosti koje omogućavaju da usluga bude pružena kvalitetno.

Važan deo procesa je i istraživanje tržišta. Pogledajte koliko slični proizvodi i usluge koštaju, ali nemojte automatski kopirati cene konkurencije. Uporedite kvalitet, obim ponude, iskustvo, dodatne pogodnosti i ciljnu grupu. **Cena konkurencije može biti korisna smernica, ali vaša konačna cena treba da odgovara stvarnim troškovima i vrednosti koju nudite.**

Ne zaboravite da razmišljate iz ugla kupca. Ljudi ne plaćaju samo materijal, broj sati ili samu uslugu – plaćaju rešenje problema, uštedu vremena, stručnost, praktičnost, iskustvo ili rezultat koji očekuju. Zato definišite šta vaš kupac dobija i zbog čega mu je ta korist važna. Što jasnije razumete vrednost svoje ponude, lakše ćete objasniti i opravdati cenu.

Na kraju, **zapišite sve elemente koji utiču na vrednost vaše ponude i napravite osnovnu računicu pre nego što objavite cenu.** Određivanje cene nije pogađanje niti takmičenje u tome ko će biti jeftiniji – to je poslovna odluka koja treba da omogući da pokrijete troškove, vrednujete svoj rad i ostvarite zaradu. Dobra cena predstavlja ravnotežu između vrednosti za kupca, troškova poslovanja i održivosti vašeg biznisa.

DEO II

Formiranje cene i predstavljanje ponude





Formiranje cene

Cena proizvoda ili usluge treba da pokrije troškove poslovanja, vrednost vašeg rada i omogući održivu zaradu. Kada imate jasnu računicu, odredite osnovnu cenu i proverite kako se ona uklapa u tržište i potrebe vaših kupaca. Razmislite o svim elementima koji utiču na cenu – od materijala i vremena do znanja, iskustva i dodatne vrednosti koju pružate. Cilj nije da budete najjeftiniji, već da postavite cenu koja je realna, opravdana i održiva za vaše poslovanje.

Predstavljanje poude

Jasno predstavljanje cene povećava poverenje kupaca i pokazuje da stojite iza vrednosti svog proizvoda ili usluge. Kada objavljujete ponudu, navedite šta je uključeno u cenu, koje koristi kupac dobija i, kada je relevantno, koje su dostupne opcije ili paketi. Izbegavajte izvinjavanje zbog cene ili njeno nepotrebno opravdavanje. Profesionalna i jednostavna komunikacija pomaže kupcu da razume ponudu i lakše donese odluku o kupovini.

ZAKLJUČAK

FORMIRAJTE CENU SA ZNANJEM I SAMOPOUZDANJEM

Uspeh vašeg proizvoda ili usluge ne zavisi samo od toga koliko možete da prodate, već i od toga da li je cena pravilno postavljena i održiva za vaše poslovanje. Jasna računica troškova, vrednovanje sopstvenog rada i razumevanje potreba kupaca omogućavaju vam da formirate cenu iza koje možete da stojite. Prateći korake iz ovog vodiča, možete izbeći najčešće greške, prestati da potcenjujete svoj rad i doneti sigurnije poslovne odluke. Redovno praćenje troškova, tržišta i reakcija kupaca pomoći će vam da cenu prilagođavate kada se promene uslovi poslovanja. Svaka prodaja pruža novu informaciju o tome kako kupci doživljavaju vašu ponudu. Primena ovih principa pomaže vam da izgradite poslovanje koje donosi vrednost kupcima, ali istovremeno obezbeđuje prihod i prostor za dalji rast.



Ovaj projekat podržan je od strane Kabineta ministarke bez portfelja zadužene za koordinaciju aktivnosti u oblasti rodne ravnopravnosti, sprečavanja nasilja nad ženama i ekonomskog i političkog osnaživanja žena. Mišljenje koje je izneto u ovom vodiču je mišljenje autora i ne predstavlja nužno i mišljenje Kabineta.