

USPESHEN · SALON
БЕЗПЛАТНА ГЛАВА ОТ КНИГАТА

Цената без извинения

*Как да определиш цените си така, че да печелиш —
без да губиш клиенти*

*„Ако ти не уважаваши времето, труда и знанията
си — няма да го направят и клиентите.“*

Откъс · Част III

из „Изкуството да продаваш красота" · **Теодора Дончева**

Капанът на „да не съм скъпа“

Цената не е просто етикет с цифра. Тя е послание. Говори вместо теб, дори когато мълчиш — каква стойност носиш, как се възприемаш и какви клиенти привличаш.

Почти всеки бюти специалист започва с една и съща мисъл: „*Да не съм скъпа. Да съм достъпна. Да не изплаша клиентите.*“ И в началото изглежда, че работи — графикът се пълни, хората идват, доволни са.

Но след време усещаш нещо нередно: работиш от сутрин до вечер, влагаш умения, време, пари за курсове и продукти — а в края на месеца не остава почти нищо. Това е сигналят, че си попаднала в **капана на цената без сметка**.

*Да гледаш какво взима конкуренцията и да слагаш сходна сума **не е ценообразуване — това е оцеляване**. А ти не си в този бранш, за да оцеляваш. Тук си, за да растеш.*

„Да не си на загуба“ не значи просто да си „на плюс“. Значи да покриваш разходите си и да печелиш достатъчно, за да се развиваш — да си позволиш почивка, ново обучение, по-добра апаратура, по-качествени продукти. За да го постигнеш, започваш с най-важното: **разчет**.

Колко всъщност ти струва една услуга?

Взemi една от най-честите си процедури — например „Маникюр с гел лак“. Сегни и пресметни честно всичко, което влиза в нея:

РАБОТЕН ЛИСТ · РЕАЛНА СЕБЕСТОЙНОСТ НА 1 УСЛУГА

Консумативи (база, цвят, топ, дезинфектант, пили, тампони, ръкавици...)

.....

Време × часовата ти ставка (вкл. подготовка, почистване, съобщения, снимки)

.....

Дял от постоянните разходи (наем, ток, вода, интернет, осигуровки, платформи)

.....

Скрити разходи (обучения, транспорт, опаковки, аромати, чай, музика)

.....

= Реална себестойност

.....

Когато всичко това се събере, най-вероятно ще видиш, че цената, която си слагала досега, е **по-ниска от реалната себестойност** или ти носи минимална печалба. А откаже ли клиент в последния момент — вече си на загуба, защото разходът остава.

→ Каква е минималната ти печеливша цена?

След разходите добави стойността на труда си. Това не е „една услуга“ — това е *работен час от професионалист*. Колко искаш да получаващ на час, за да се чувстваш уважена и стабилна — 20 лв.? 30? 40? После добави и печалба, защото без печалба няма бизнес, има само оцеляване.

Създай си правило: „**Под тази цена не работя.**“ Това е точката, под която започваш да жертваш себе си, качеството и бъдещето си.

5 начина да оформиш цените си

Няма универсална формула. Но има изпитани стратегии — избери тази, която пасва на визията ти, не копирай сляпо чуждите табла.

ИЗПИТАНИ ПОДХОДИ

- **Премиум позициониране** — когато продаваш усещане, не отстъпка. Клиентът, който търси най-евтиното, никога не е лоялен; този, който усеща нещо цялостно и лично, остава и говори за теб.
- **Пакетни услуги** — маникюр + педикюр, подстригване + терапия. Вдигаш средната стойност на резервацията, без да сваляш цената на отделната услуга.
- **Цена според време и трудност** — сложен nail art с 3D елементи няма логика да струва колкото едноцветен лак. Базова услуга + ясни добавки.
- **Сезонни предложения** — празници и смяна на сезона. Ограничено във времето, за да създаде действие „сега“. Но планирано и умерено — постоянните промоции обезценяват тарифата ти.
- **Ценова стълбца** — базов / стандартен / премиум. Клиентката започва с по-достъпното и с времето сама преминава нагоре — по желание, не защото я притискаш.

*Конкуренцията не е в цената, а в **преживяването** — в резултата и чувството, което клиентът получава. Цената не е бариера. Тя е покана за правилните хора.*

Представи цената без извинения

Когато ти не си сигурна в цената си, клиентът започва да се чуди дали стойността отговаря на сумата. Най-лошото, което можеш да направиш, е да започнеш с оправдания:

ТАКА НЕ

„Знам, че е малко скъпо, но...” · „Извинявай, цените ми се вдигнаха...” · „Надявам се да не те притеснява цената...”

Това автоматично казва, че ти самата не вярваш в стойността си. А ако не вярваш ти — защо да вярва клиентът? Ключът е в **позицията**, не в оправданието. Не се защитавай — покани клиента да види какво получава:

ТАКА ДА

„Цената на тази услуга е 85 лв. Включва цялостна терапия с премиум продукти, масаж и финална грижа. Отнема около 75 минути, работя с медицинска козметика, а ефектът трае 10–14 дни. Ако искаш, мога да ти покажа резултати от други клиентки.”

→ А когато кажат „на другия край на града е 30 лв”?

СПОКОЙНО И УВЕРЕНО

„Разбирам. Всеки избира според приоритетите си. Аз предлагам не само процедура, а цялостно изживяване, което дава резултат и комфорт. Работя с най-добрите продукти, влагам време, грижа и отношение — това е стойността, която нося.”

Клиентът не е длъжен да приеме това. Но ти си длъжна да го **знаеш** и да го отстояваш.

Кога 49 звучи по-добре от 50

Понякога една цифра по-малко или различен начин на представяне наклонят везната — не защото подвеждаш някого, а защото разбираш как работи възприятието.

1. Цени, завършващи на 9

Мозъкът чете първата цифра. 49 лв. влиза в категорията „четиридесет и нещо“, а не „петдесет“. Разликата е един лев — усещането е друго. Използвай го при достъпните услуги или за усещане за добра сделка.

УСЕЩА СЕ КАТО

50

ПО-ДОБРА СДЕЛКА

49

2. Кръгли цени за премиум

Обратната стратегия: 100, 120, 150 лв. не звучат изчислени до стотинката — звучат като *изявление*. Кръглата цена казва: „Това е стойността. Точка.“ Ако се позиционираш като премиум, не се страхувай от тях.

3. Стара и нова цена

Показването на предишната до новата цена прави стойността видима — но използвай го честно и пестеливо, за да не обезцениш реговната си тарифа.

*Цената е твоят **филтър**. С нея казваш: „Аз не съм за всеки. Аз съм за онези, които търсят това, което давам — и знаят, че си струва.“*

ТОВА БЕШЕ САМО 1 ГЛАВА

Представи си какво има в *другите 35*

Този глава ти показва как да спреш да работиш на загуба.
Цялата книга те води по целия път — от първите 10 клиенти
и какво да публикуваш, до системата, която превръща
случайния клиент в редовен за години напред.

96 страници практика · 36 глави · 3 бонуса

Книгата „Изкуството да продаваш красота“ + 3 готови
инструмента — всичко включено, плащаш при получаване.

Поръчай книгата — €19 →

Наложен платеж · Доставка с Еконт · 30-дневна гаранция

USPESHENSALON.COM