ЭЛЬ КОНСУЛ®

сила идей легкость решений свобода движений

# «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА УСЛУГИ НКО»

**Бизнес-тренер, Александр Беляев,**
**директор консалтинговой компании**
**«ЭЛЬ-КОНСУЛ» «Люди КОНСУЛьтируют»**

**Барнаул -2014 г.**

**НА ВРЕМЯ НАШЕГО ЗАНЯТИЯ,**

**ПОЖАЛУЙСТА…!**

## Основные направления деятельности ООО «Эль-Консул»:

- **Тренинги, семинары, коучинг**
- **Кадровый консалтинг**
- **Управленческий консалтинг**
- Повышение результативности и
- эффективности деятельности личности, организации
- Инвестиции, бизнес-брокеридж

# Бизнес-тренер:

## Александр Геннадьевич Беляев

- коуч, НЛП-практик,
- бизнес-тренер, преподаватель,
- менеджер высшей квалификации (MBA),
- директор компании «Эль-Консул»,
- руководитель представительства компании «Бизнес на продажу» в г. Барнауле

Личный сотовый **8 903 948 43 89**

# Содержание тренинга:

1. Примеры анализа планов и прайсов.

2. Методы ценообразования НКО:
–на основе торговых наценок,
–расчета точки безубыточности и получения целевой прибыли;
–ценностной значимости товара для потребителя;
–цен конкурентов;
–тендерного ценообразования

3. Источники финансирования

4. Переговоры с целью продвижения продуктов/услуг НКО на рынок

## Метод ценообразования на основе торговых наценок:

к себестоимости изделия начисляется стандартная надбавка.
Наценка, которая должна обеспечить покрытие затрат, связанных с их деятельностью и получением желаемой прибыли.

## Метод ценообразования на основе расчета точки безубыточности и определения целевой прибыли (1):

Определение цен в этом методе осуществляется на основе расчета постоянных и переменных затрат.

Постоянные затраты включают издержки, которые фиксированы и не зависят от объема производства (даже при нулевом выпуске они сохраняются).

## Метод ценообразования на основе расчета точки безубыточности и определения целевой прибыли (2):

К постоянным затратам относятся:

1. арендная плата,
2. фиксированные коммунальные платежи,
3. патенты,
4. лицензии,
5. амортизация,
6. капитальный ремонт,
7. з/плата администрации
8. отдельные налоги и …

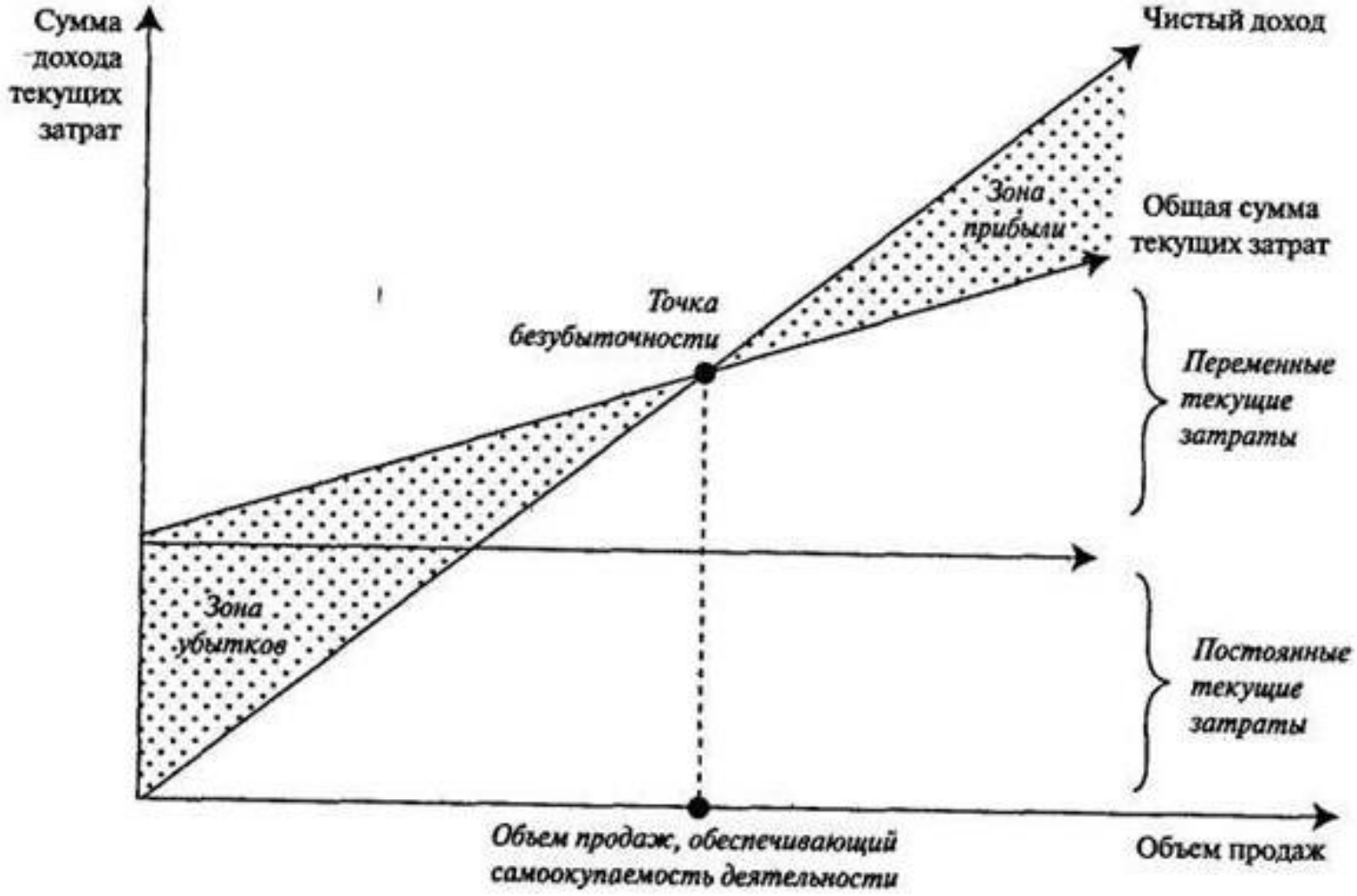
## Метод ценообразования на основе расчета точки безубыточности и определения целевой прибыли (3)

Переменные затраты включают издержки, которые прямо пропорциональны объему производства (при нулевом производстве переменные издержки также равны нулю). К таковым относятся расход сырья и материалов, заработная плата основных рабочих и начисления на нее, текущий ремонт и др.

Сумма постоянных и переменных издержек образует полные или общие затраты. Если фирма покрывает за счет выручки от реализации свои полные затраты и не получает при этом прибыли (точка пересечения выручки от реализации и полных затрат – точка безубыточности), то это означает, что предприятие достигает безубыточного производства.

Цена в данном случае определяется делением общих затрат на объем реализованной продукции (объем безубыточности).

# Метод ценообразования на основе расчета точки безубыточности и определения целевой прибыли (4)



## Метод ценообразования на основе ценностной значимости товара для потребителя

В основе данного метода определения цен лежит ощущаемая потребителем ценностная значимость товара и желание покупателя за эту значимость платить определенную сумму. Цена в этом случае должна соответствовать ощущаемой потребителем ценностной значимости товара.

## Метод ценообразования на основе цен конкурентов

Назначаем цены исключительно из уровня текущих цен товаров-конкурентов и меньше всего обращаем внимание на собственные издержки производства и спрос.

Устанавливаем на свой товар цену чуть выше, или чуть ниже, или на уровне цен своих основных конкурентов.

## Метод тендерного ценообразования

Тендер представляет собой письменное заявление цены организацией, при определении которой она исходит, прежде всего, из цен, которые, по ее мнению, будут назначены конкурентами, а не из величины своих издержек производства или уровня спроса на товар. Заказ получит фирма, цена которой меньше всех остальных.

# Источники финансирования НКО

| Привлеченные | Государственные | Собственные |
|---|---|---|
| Благотворительные средства | Прямое финансирование | Доходы от основ. деятельности |
| Спонсорские средства | Косвенное финансирование | Доходы от предпр. деятельности |
| Гранты | – | Членские взносы |
| Резервные взносы | – | – |
| Заемные средства (кредиты, мунисы) | – | – |

## Составляющие внешней среды маркетинга некоммерческой организации

продукт

СМИ

каналы распределения

политика цен

продукта

продвижение продукта

конкуренты

благотворители, волонтеры

спонсоры

партнеры

потребители

НКО

# Комплекс маркетинга некоммерческих организаций

1. товар/услуга
2. цена,
3. каналы распределения
4. продвижение.
5. процесс,
6. люди,
7. материальная среда.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
Холодный звонок
Первичный интерес
Презентация
Счет
Оплата
1
2

# Этапы переговоров

Подготовительная часть

Переговоры

Итоги

90
80
70

# Назначение встречи

Правила:

1.Время разговора -1-1,5 минуты.

2.Минимум информации по делу.

3.Нейтральный тон голоса.

4.Договор: Время. Место. Выгода. Обратная связь.

# Начало переговоров

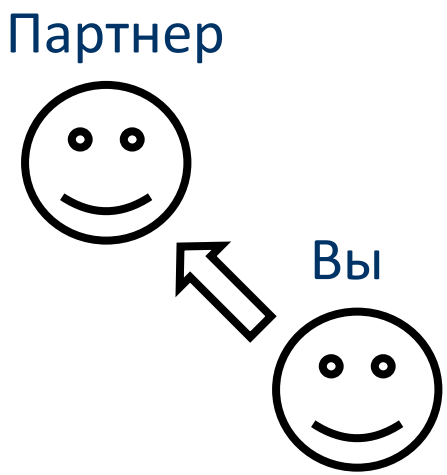
## Место встречи

- Территория клиента (офис)
- Ваша территория (офис)
- Нейтральная территория (кафе, ресторан…)

## Правила встречи

- Время и цель
- Раппорт
- Расслабляйте партнера
- Признаки активного слушания
- Без деструктивной критики
- Задавайте вопросы

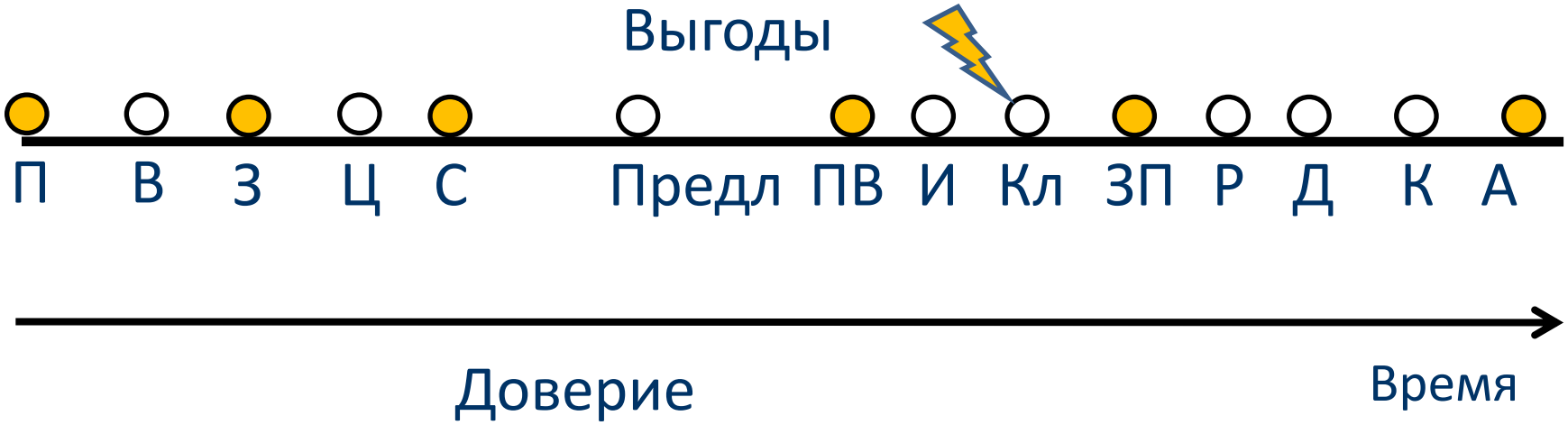
## Позиция при переговорах



# Этапы переговоров

1. Подготовка
2. Приветствие
3. Выяснение потребности
4. Предложение
5. Преодоление возражений
6. Завершение
7. Анализ общения

# Этапы переговоров (по шагам)




П - **подготовка**
В – Встреча
З – Знакомство, **приветствие**
Ц - Цель встречи
С – **Выяснение потребности**
(Сбор информации)
Предл - **Предложение**

ПВ - **Преодоление возражений**
И – Интерес
Кл - Ключевая фраза
ЗП – **Завершение переговоров**
Р - Решение
Д - Договор
К – Контракт
А – **Анализ общения**

# Переговоры с разными типами личности

## Четыре основных типа личности:

**Драйвер = Доминирующий/ Прямолинейный**

**Аналитик = Готов к решению проблем/ Отстраненный**

**Поддерживающий = Заботливый/ Готов к раб. в команде**

**Промоутер = Экспрессивный/ Ориентирован на людей**

# Работа с разными типами личности

ФОРМАЛЬНЫЙ

| | |
|---|---|
| «Драйвер»<br> <br>Характеристики:<br>➢Осуществляет контроль<br>➢Решительный/настроен на<br>➢рез-т<br>➢Эффективный<br>Недостатки:<br>➢Нетерпеливый/излишне контролирующий<br>➢Невосприимчивый/противо-действующий | «Аналитик»<br> <br>Характеристики:<br>➢Обстоятельный/организованный<br>➢Рациональный/серьезный<br>➢Заинтересован в деталях<br>Недостатки:<br>➢Излишне внимательный к деталям<br>➢Избегает проблем/<br>➢Излишне критичный |
| «Промоутер»<br> <br>Характеристики:<br>➢Целеустремленный<br>➢Энтузиаст/новатор<br>➢Готов к риску<br>Недостатки:<br>➢Агрессивный/эгоцентричный<br>➢Недисциплинированный | «Поддерживающий»<br> <br>Характеристики:<br>➢Хороший слушатель<br>➢Настроен на взаимоотношения<br>➢Дружелюбный/сознательный<br>Недостатки:<br>➢Слишком легко соглашается<br>➢Изображает жертву |

НЕФОРМАЛЬНЫЙ

ЛЁГКИЙ В ОБЩЕНИИ

ДОМИНИРУЮЩИЙ

# Общение с драйвером

## Характеристики:

- Пытается доминировать при общении
- При движении к цели нацелен на ее достижение, а не на поддержание с Вами хороших отношений
- Имеет четкие цели/ обычно сам принимает окончательное решение
- Нуждается в информации об альтернативных вариантах и о наиболее успешных потенциальных решениях
- Его волнуют цена и качество

## Как реагировать:

- Действовать быстро/ быть организованным и хорошо подготовленным
- Приводить примеры/ предоставлять варианты/объяснить, что в данном продукте или услуге подходит для него
- Доказать, что Вы – специалист/ быть настойчивым, но не подавлять его
- Немедленно отследить результат/ быстро выполнить все обещания

# Общение с аналитиком

## Характеристики:

- Трудно идет на контакт/ предпочитает деловой подход
- Нуждается в деталях/ возможно, потребуется несколько посещений, прежде, чем примет решение
- Не согласится принять рискованные или непроверенные решения
- Должен все обдумать и проверить, прежде, чем примет решение

## Как реагировать:

- Быть логичным и практичным/ не переходить на личностный подход
- Излагать все в систематичной манере/ следить за временем и не отходить от темы разговора
- Предоставить дополнительную информацию и дать ему время на размышления
- Дать всю информацию, которую просит человек, но не давить с принятием решения

# Общение с промоутером

## Характеристики:

- Работает быстро – трудно остановить/ стремится к прямоте и открытости
- Это творческая и новаторская личность, захочет обсудить альтернативные идеи
- Ему понравится, если Вы оцените его видение будущего/ охотно предоставит больше информации, если его об этом попросить/ любит, когда его слушают
- Должен быть уверен в Ваших знаниях и компетентности, если Вы оказываете ему помощь

## Как реагировать:

- Спросить о его видении будущего/ показать интерес к его идеям
- Слушать и выражать согласие с его точкой зрения (если она совпадает с Вашей)/ просить его об участии в планировании решений
- Больше узнать о его ситуации, чтобы владеть более полной информацией
- Помнить, что он может обращаться к нескольким другим конкурентам

## Общение с поддерживающим

Характеристики:

- Должен знать Вас и доверять Вам/ ему нужно несколько встреч/ устанавливает долговременные отношения
- Любит долго говорить на другие темы, чтобы лучше узнать Вас
- Попросит рекомендации у Вас и, возможно, у кого-то еще, прежде, чем примет решение
- Нуждается в заверении о том, что риск невелик

Как реагировать:

- Быть дружелюбным и уверенным, но в то же время терпеливым
- Потратить дополнительное время для построения взаимоотношений/ сделать его своим другом
- Рассказать о других людях в аналогичных ситуациях/ дать ему понять, что Вы уже помогли таким же людям, как он
- Спросить, потребуется ли помощь еще одного человека для принятия решения, и предложить обсудить возможные варианты с этим человеком

Резюме
Общая характеристика предприятия, продукции
Анализ рынка и основных конкурентов
План маркетинговой деятельности
Производственный план
Организационный план
План по рискам
Финансовый план

# Общая характеристика предприятия, продукции

**Общая характеристика предприятия, продукции**

↓

**Анализ рынка и основных конкурентов**

↓

**Общая характеристика предприятия, продукции**

↓

**Анализ рынка и основных конкурентов**

↓

**План маркетинговой деятельности**

↓

Общая характеристика предприятия, продукции

Анализ рынка и основных конкурентов

План маркетинговой деятельности

Производственный план

Общая характеристика предприятия, продукции

Анализ рынка и основных конкурентов

План маркетинговой деятельности

Производственный план

Организационный план

Общая характеристика предприятия, продукции

Анализ рынка и основных конкурентов

План маркетинговой деятельности

Производственный план

Организационный план

План по рискам

Резюме
Общая характеристика предприятия, продукции
Анализ рынка и основных конкурентов
План маркетинговой деятельности
Производственный план
Организационный план
План по рискам
Финансовый план

# Рекомендуемая литература:

- Управление учреждениями культуры в современных условиях
Шекова Екатерина Леонидовна, Тульчинский Григорий Львович, Евланов В. Н.

- Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум
Тульчинский Григорий Львович, Шекова Екатерина Леонидовна

- Маркетинг в сфере культуры. Учебное пособие
Тульчинский Григорий Львович, Шекова Екатерина Леонидовна

- Менеджмент в сфере культуры
Шекова Екатерина Леонидовна

- Экономика и менеджмент НКО, Учебное пособие
Шекова Екатерина Леонидовна

# «По местам силы. Повелители стихий. Долина Актру.»

**«Лето – это маленькая жизнь…»**
**Основной тренер: Беляев Александр**
**Дублирует: Степанов Александр**

**Наши координаты:**

**ООО «Эль-Консул» (Люди КОНСУЛьтируют)**

**Директор: Беляев Александр Геннадьевич**
**сот.: 8 903 948 43 89**

**Адрес офиса:**
**г. Барнаул, ул. Чернышевского,59, оф 418**
**тел. администратора: (3852) 69-47-87**

**e-mail: L-konsul@mail.ru**
**сайт: www.L-konsul.biz**

**цели!**

**к выбранной**

**движений**

# Свобода