

De Winstweek

PRIJZEN

VASTE VERKOOPPRIJZEN



Goed dat je hier bent! Dat betekent dat je een eerste stap hebt gezet naar meer grip op je cijfers, strategie en winstgevende acties om vet te gaan verdienen.

Grip op je geld

=

Grip op jouw droombedrijf

=

Grip op jouw droomleven

Ben jij een winstgevende ondernemer? Neem strategische besluiten op basis van financieel inzicht, durf te DOEN en stuur steeds weer bij op basis van de feiten en cijfers. Dat is financieel leiderschap. Dat is winstgevend ondernemen.

Let's go!

Marissa



Ook als je te maken hebt met vaste verkoopprijzen vanuit de leverancier heb je een prijsstrategie.

Dit werkboek geeft je inzicht wat je kunt aanpassen/toevoegen/veranderen voor een winstgevendere prijsstrategie.

We beginnen met het in kaart brengen welke producten je het meeste opleveren!

Wat zijn jouw 5 product(categorieën) met de laagste marge en wat zijn jouw 5 product(categorieën) met de hoogste marge?



De marge is de winst per product. Je berekent de marge door:

$$\frac{(\text{Verkoopprijs ex btw} - \text{inkoopprijs ex btw})}{\text{Verkoopprijs ex btw}}$$

Wat zijn jouw 5 product(categorieën) met de laagste absolute winst en wat zijn jouw 5 product(categorieën) met de hoogste absolute winst?

Blank area for writing answers.



Absolute winst =
(Verkoopprijs ex btw
-/- inkoopprijs ex btw)



De onderstaande tabel geeft enkele belangrijke pijlers voor meer winst als jouw prijzen vast staan.

Pijler	Uitleg pijler	Concrete actie voor mijn bedrijf
<p>Vergroot de X-factor van jouw (web)winkel</p>	<p>Bijvoorbeeld door:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Het delen van reviews; • Het delen van klant casussen die de producten gebruiken; • Het naar voren brengen welke garanties je levert; • Een exclusiever assortiment aanbieden (at niet overal te koop is); • Adviserend verkopen door online of offline advies te geven welke productkeuze het beste is voor de desbetreffende klant(dit kun je (online) vaak ook automatiseren 😊) 	
<p>Focus je op producten met de hoogste absolute winst</p>	<p>Bijvoorbeeld door:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producten met een hogere winst prominenter in jouw (web)winkel te plaatsen of in jouw marketing meer onder de aandacht te brengen. • Nieuwe producten toe te voegen aan jouw assortiment met een hogere marge 	

De onderstaande tabel geeft vijf belangrijke pijlers als jouw prijzen vast staan.

Pijler	Uitleg pijler	Concrete actie voor mijn bedrijf
Zet producten met een lagere winst in als 'middel'.	<p>Zet producten met een lagere winst in als 'middel', zoals het aantrekken van veel klanten die vervolgens ook producten met een hogere marge kopen.</p> <p>Tip: onderzoek of de producten die als een 'middel' dienen dit daadwerkelijk doen door in de data van jouw webshop te kijken of deze producten (meteen of op termijn) samen worden gekocht met producten met een hogere winst.</p>	
Slimmer inkopen	<p>Als jouw prijzen vast staan moet je nog bewuster inkopen.</p> <ul style="list-style-type: none">• Welke producten kun je wel/niet inkopen? Op basis van jouw overige kosten en verwachte volume kun je namelijk bepalen wat de minimale marge moet zijn op de verkoop van producten.• Een inkoopplanning (afgestemd op jouwe verkoopplan) waardoor je minder met korting hoeft te verkopen.	

**“WINSTGEVENDE
ONDERNEMERS MAKEN
WINSTGEVENDE
BESLUITEN.”**

Welke inzichten haal je uit dag 2?



Welke besluiten neem je op basis van dag 2?



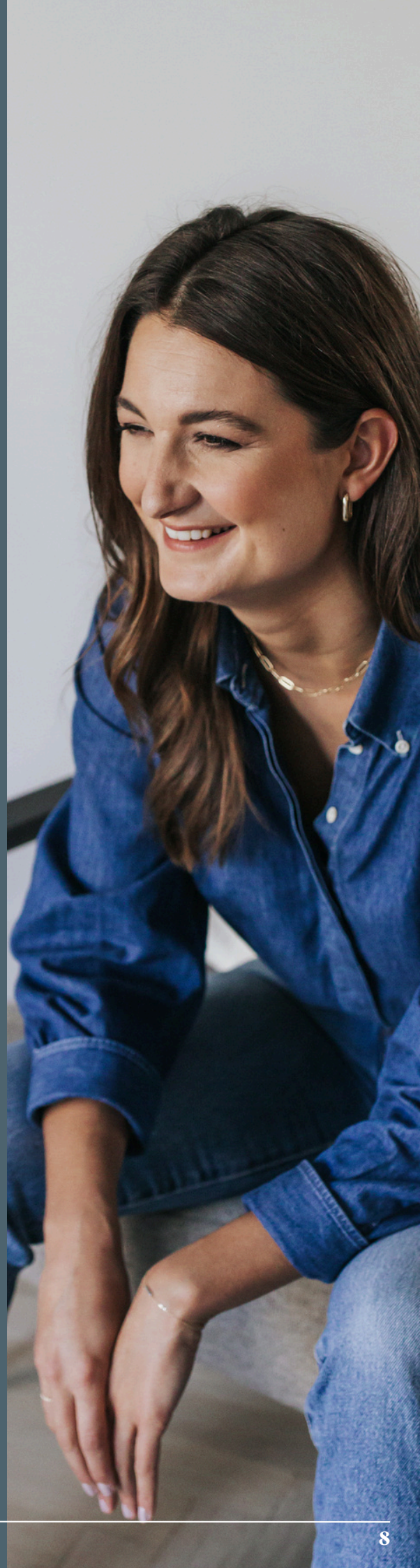
Het vaststaan van jouw prijzen kun je zien als 1 item minder in de 'toolbox' voor het bouwen van een winstgevend bedrijf.

Laten we het vergelijken met het ontsnappen uit een escape room. Als je 1 antwoord mist, is het nog steeds heel goed mogelijk.

Hetzelfde geldt voor als je prijzen vast staan.

Financieel inzicht, slim investeren en grip houden op je geld worden dan enkel nog belangrijker.

Morgen gaan we aan de slag met jouw overige kosten. We gaan jouw uitgaven ombuigen naar slimmere investeringen voor meer winst.



Ik zou het te gek vinden als jij jouw grootste inzicht en het ultieme X-factor item aan jouw product wil delen in de **Facebookgroep**. Wat maakt jouw merk bijzonder? Ook moedig als je durft te delen wat jou nu nog weerhoudt in het aanpassen van jouw prijzen (mits je je prijzen wil aanpassen natuurlijk). 😊 **Let op: sla het werkboek eerst op, voordat je op de knop klikt!**

GA NAAR DE FACEBOOKGROEP

Wil je kans maken op een persoonlijke business-check?

Ik analyseer jouw huidige cijfers, verdienmodel, website, social media-kanalen en eigenlijk je hele bedrijf. Op basis daarvan maak ik een persoonlijk advies wat ik voor kansen voor je zie en hoe ik het concreet zou aanpakken. Ik wijs je op jouw blinde vlekken en spot kansen voor je waarvan je nog niet wist dat ze bestonden. 😊

Stuur jouw werkboek voor 00:00 op dezelfde dag in door te mailen naar contact@marissabonants.nl met in de titel:

WINSTWEEK - DAG 2 - JOUW NAAM

