

**Interactieve in-company workshop
onder deskundige leiding van drs. Jos Burgers RM**

**Een hogere prijs is pure winst
De weg naar minder prijsdruk en betere prijzen**

Leer van de auteur van de bestseller “Een hogere prijs is pure winst” een hogere prijs te verkopen!

*“Prijs is de beloning voor het creëren van klantwaarde. Het creëren van waarde voor de klant is dus een zinloze bezigheid wanneer dit niet tot uitdrukking komt in de prijs”
docent drs. Paul Ingenbleek, Katholieke Universiteit Brabant*

Prijs meest miskende marketinginstrument, Het Financieele Dagblad

Bedrijven zijn bang om hun prijzen te verhogen, Het Financieele Dagblad

Het belang van klantwaarde in prijsstelling, Tijdschrift voor Marketing

Er gaat meer schuil achter prijs dan alleen kosten

As je een ondernemer vraagt waarom hij/zij een bepaalde prijs vraagt voor een product, komt hij meestal met een kostenargument. “Dit zijn de kosten, dus vragen we dat”.

Pricing komt vaak onnodig planmatig tot stand in een organisatie.

Veel bedrijven hanteren ten onrechte een ‘accountantsbenadering’: men neemt de kosten en telt daar een marge bij op.

Het belang van klantwaarde in prijsstelling

De *kosten* bepalen de ondergrens van wat de prijs moet zijn, terwijl *klantwaarde* de bovengrens aangeeft; namelijk wat de klant er maximaal voor over heeft. In de praktijk wordt de ondergrens heel belangrijk gevonden, terwijl de bovengrens uit het oog wordt verloren. Dit leidt ertoe dat bedrijven hun producten te goedkoop prijzen!

De prijs die u vraagt heeft weinig van doen heeft met uw kosten: het zal uw klant een zorg zijn wat uw kosten zijn!
--

Product of dienst moet een prijs krijgen dat het waard is

Succesvolle ondernemingen zoals Albert Heijn, Shell, de Bijenkorf en F. van Lanschot Bankiers hanteren vaak een relatief hoog prijsniveau. Krijgen uw producten/diensten de prijs die ze waard zijn?

Prijsniveau kan bijdragen tot succes voor uw onderneming!

U kunt uw winst verhogen door meer af te zetten of kosten te verlagen. De snelste weg is wellicht via het denken in termen van ‘prestatie en tegenprestatie’ en daarmee uw verkoopprijzen te verhogen. Veel ondernemers realiseren zich niet wat de directe invloed is van een kleine prijsverhoging op hun nettowinst en de indirecte invloed op hun concurrentiekracht.

In één dag leert u:

- Hoe groot het effect is van hogere prijzen op uw winst
- Succesvolle uitgangspunten voor het vaststellen van uw verkoopprijs
- Welke factoren voor prijsdruk zorgen
- Hoe die prijsdruk weg te nemen
- Constructieve manieren om klantwaarde te verhogen
- Hoe een hogere prijs te verkopen aan uw klanten

Programma:

13.30 uur	Ontvangst
14.00 uur	Opening en inleiding
14.15 uur	Prijsdruk, nu en in de toekomst <ul style="list-style-type: none">▪ De relatie tussen prijs en winst▪ Wat veroorzaakt druk op uw prijzen?▪ Welke ontwikkelingen zullen de prijsdruk doen toenemen?▪ Het belang van de prijs voor een klant
15.30 uur	Pauze
16.30 uur	Hoe uw klantwaarde te verhogen? <ul style="list-style-type: none">▪ Zet allereerst uw angst voor hogere prijzen opzij▪ Zonder doelstelling geen succes▪ Minder concurrentie door succesvol positioneren▪ Toegevoegde waarde leveren
18.00 uur	Sandwichbreak
18.30 uur	Het verschil tussen klanten en relaties <ul style="list-style-type: none">▪ Duurzame relaties creëren▪ Verlaag het risico voor uw klant
19.45 uur	Pauze
20.00 uur	Hoe een hogere prijs te verkopen? <ul style="list-style-type: none">▪ Ook een prijs moet worden verkocht▪ Hoe de prijsperceptie te beïnvloeden?▪ Betere offertes uitbrengen▪ Ook onderhandelen is een kunst
21.00 uur	Afsluiting praktijkseminar

Uw praktijktrainer:

drs. Jos Burgers RM (1951) studeerde Bedrijfseconomie aan de Universiteit van Tilburg met als specialisatie marketing management. Na tien jaar werkzaam te zijn geweest in verkoop- en marketingfuncties in het bedrijfsleven, was hij ruim tien jaar docent marketing aan Fontys Hogescholen te Eindhoven. Hij verzorgde tevens post-HBO cursussen marketing management en opleidingen Nima B en C. Thans treedt hij als gastdocent o.a. op voor Universiteit Nyenrode, Ondernemerscentrum De Baak en de Universiteit van Amsterdam.

Jos Burgers is door het Nima benoemd tot Register Marketeer en is auteur van marketingbestsellers als 'Relatiebeheer als Groeistrategie' en 'Een hogere prijs is pure winst'. Sedert tien jaar begeleidt hij als zelfstandig marketingadviseur bedrijven en instellingen van uiteenlopende aard en omvang op het gebied van marketing en strategie.

Visie van Jos Burgers:

'Als marketingman ben ik van mening dat je prijs niet af zou moeten hangen van je kosten. De enige juiste prijs is de prijs die je klant bereid is te betalen. Bedrijven doen er te weinig aan om die te verhogen'.

Omvang en opbouw workshop

In totaal 2 dagdelen, naar keuze ochtend+middag of middag+avond.
De workshop is in hoge mate inspirerend, motiverend en interactief.

Aantal deelnemers

In overleg

Kosten totaal

Zie website onder kopje 'Wat kost?'

Meer weten?

Bel of mail voor meer informatie Burgers Marketing b.v.
tel. 013- 513 14 45 / burgers@burgersmarketing.nl