

Le 3 Regole Del Prezzo

Valerio Conti ** [Segreti delle SqueezePage](#) **

Oggi ti svelo 3 segreti su come dare il giusto prezzo ai tuoi prodotti...

La scelta del prezzo è un elemento determinante che viene influenzato da svariati fattori. È molto importante specialmente quando parliamo del primo prodotto del tuo funnel.

Questo prezzo dovrebbe inizialmente tenere conto del particolare mercato di riferimento e anche dei prodotti venduti in questo mercato.

Dunque una regola è questa:

Regola n°1 - Non dovrebbe mai essere drasticamente più alto e o più basso dei prodotti simili che vengono venduti nel tuo settore dai tuoi concorrenti

Quindi se i migliori ebook nella tua nicchia vengono venduti al prezzo di 27- 37 euro, dovresti mantenere i prezzi in linea a questi

Ok, e se il tuo prodotto è più corposo, con molta più informazione?

Una soluzione interessante potrebbe essere spezzarlo in più parti, invece di fare un prodotto fanne due!

Ma se decidi di crearne uno molto ampio, che sia anche un prodotto migliore, allora devi mantenerti sensibile all'effettivo investimento che le persone sono attualmente in grado di affrontare nel tuo settore

Considera sempre questo:

I tuoi colleghi più capaci hanno già stabilito ciò che funziona al meglio nel tuo mercato, anche per quanto concerne i prezzi, quindi presta molta attenzione ai loro sistemi di marketing e alle loro offerte, anche quelle ad alto costo

Ricorda, soprattutto se ti sei appena buttato in un nuovo mercato, i tuoi prospect non ti conoscono. Non possono sapere ancora quanto valide saranno le tue informazioni, quindi attraverso delle buone email (o blog post) è meglio se offri loro qualche esempio o spunto valido

Diciamo che di base, il tuo prodotto iniziale dovrebbe essere posizionato su una fascia "low cost", questo è un pò uno standard per l'infomarketing, di modo da poter acquisire più clienti possibili, e facilitare le vendite anche nei confronti di coloro che non ti conoscono per nulla ancora...

(ovviamente devi avere una buona lettera di vendita)

Se poi se un infomarketer d'assalto (o aspiri a diventarlo) allora sicuramente starai pensando anche a un eventuale UP-SELL...

Ok, che prezzo dare all'upsell?

Regola n° 2 - Mai urtare i tuoi prospect con un prezzo troppo alto, che sembra "innaturale", quasi un eccesso.

Cosa intendiamo per eccesso?

Per eccesso intendiamo un grosso salto in alto (per il portafogli) che suona come una brutta nota stonata per la gran parte dei potenziali acquirenti.

Non porta grandi benefici per le tue conversioni...

Si tratta di un elemento da valutare con molta attenzione, soprattutto quando fai un Up-Sell. Infatti è stato dimostrato dai Giganti del marketing internazionale che incrementi graduali e non troppo esagerati del prezzo tendono ad essere accolti molto meglio

Come dovrebbero essere questi incrementi graduali?

Per prima cosa, non dovresti MAI offrire un upsell, o in genere un prodotto successivo del tuo FUNNEL a un prezzo esageratamente più alto del prodotto precedente

Per esempio ecco un errore da non commettere (e che ho visto fare molto recentemente)

Front end = 7 euro

Offerta di upsell= 97 euro

Inutile dirti che la seconda offerta si traduce in un disastro totale...

Questo non si può di certo generalizzare, ma in linea di principio, produce scarse conversioni la gran parte delle volte, a meno che non sei un mago del copywriting nella pagina di upsell....

Ora, ecco invece come ti consiglio di operare, e ciò ci porta alla regola del 3X...

0 – 37 – 97 – 147 – 197 – 297

Regola n° 3: Il tuo primo upsell non dovrebbe mai essere posizionato a un prezzo più alto di 3 volte il valore del primo prodotto (della tua offerta iniziale).

Quindi se il tuo primo prodotto costava 37 euro, non impostare il successivo a un prezzo superiore ai 112 euro..

Una strategia ancora più sicura è quella di impostare un prezzo pari al doppio o un po' meno dell'offerta iniziale.

Per esempio con un prodotto venduto a 37 euro, il suo relativo Up-sell potrebbe tranquillamente essere a 77 euro.

Oppure ancora... 27(front end) – 47 (upsell).. e così via

RISORSE CONSIGLIATE

[I SEGRETI DELLE SQUEEZEPAGE](#)