

Чистая ценность

Удовольствие минус страдание

Новый Макбук за 20 000 рублей на другом конце страны

Удовольствие

Когда продукт даёт значимость, силу или безопасность. Упрощает жизнь, экономит деньги и время. Доставляет физическое удовольствие.

Страдание

Деньги, время и силы, которые покупатель потратит на покупку.

Как увеличить ценность

Попасть в боль покупателя. Показать и доказать, что продукт решает его проблему. «Пылесос собирает кошачьи волосы раз в полчаса. Посмотрите видео».

Сократить время, которое человек потратит на покупку.

Контраст со старой ценой или ценами конкурентов

Снизить цену. Было 1 000 рублей, стало 500 рублей. «Маркетологи назначили цену \$999. Я рад сообщить, что мы будем продавать Айпад по цене \$499», — Джобс.

Задрать цену. Ход запускает логику «цена — качество».

Сравнить с похожим продуктом дешевле и дороже.

Желание обладать зависит от ценности, которую человек закладывает в продукт.

Мозг не понимает ценность продукта, пока не получит обе переменные уравнения.

Чем больше ценность, тем проще человеку принять решение о покупке.