



Motivação & Sucesso

Fuja da guerra de preços

Luiz Marins

A guerra de preços pode ser uma armadilha para empresários que desejam construir negócios sustentáveis a longo prazo. Ao adotar estratégias de diferenciação, baseadas no conhecimento do público-alvo, qualidade, valor agregado, marketing e segmentação de mercado, é possível fugir dessa guerra e conquistar clientes fiéis. Lembre-se de que o preço é apenas um aspecto do valor percebido pelo cliente, e oferecer uma experiência superior pode ser o diferencial que o seu negócio precisa para se destacar e prosperar.

A competição acirrada no mercado empresarial muitas vezes leva os empreendedores a se envolverem em uma guerra de preços, na tentativa de atrair clientes através de preços mais baixos. Essa abordagem pode ser prejudicial a longo prazo, comprometendo a

lucratividade, a geração de caixa e a sustentabilidade do negócio.

Para fugir da guerra de preços, antes de tudo, é fundamental entender o perfil e as necessidades dos seus clientes, de seu público-alvo. Ao compreender o que seus clientes realmente valorizam, você pode direcionar suas estratégias de marketing e diferenciação de forma mais eficaz. Foque em oferecer soluções que atendam às necessidades específicas do seu público, em vez de competir apenas com base no preço.

Além disso, em vez de reduzir constantemente os preços, busque se destacar pela qualidade dos produtos ou serviços oferecidos. Invista em melhorias contínuas, inovação e garantia de satisfação do cliente. Ao entregar um produto ou serviço superior, você pode justificar preços mais altos e

construir uma imagem de confiança e excelência.

Outra estratégia é criar valor agregado. Além do produto em si, procure oferecer benefícios adicionais que agreguem valor à experiência do cliente. Isso pode incluir serviços de pós-venda, suporte técnico, garantias estendidas, programas de fidelidade ou brindes exclusivos. Ao proporcionar uma experiência diferenciada, você estabelece um relacionamento mais próximo com os clientes, tornando-os menos sensíveis aos preços.

Conheço muitas empresas que quebraram ao perder capacidade de geração de caixa por entrarem numa guerra de preços que acabou por quebrar quase todas as empresas envolvidas.

Cuidado! Fuja da guerra de preços!

Pense nisso. Sucesso!

PENSE NISSO:

- *Considere a possibilidade de segmentar seu mercado-alvo e oferecer produtos ou serviços especializados para nichos específicos.*
- *Ao atender às necessidades únicas de um grupo específico de clientes, você pode cobrar preços mais altos e evitar a competição direta com empresas que se concentram apenas no preço.*

