

E-BOOK GRÁTIS

# 5 DICAS PARA FAZER PRECIFICAÇÃO

DOS SEUS PRODUTOS  
OU SERVIÇOS



**Betel**  
\_Contabilidade



# PRECIFICAÇÃO É LUCRO E SATISFAÇÃO


Você realmente sabe o valor e o preço dos seus produtos e serviços? A precificação precisa ser muito bem definida, afinal, muitas vezes são os preços competitivos que atraem consumidores e fidelizam clientes.

Independente do porte do seu negócio, do setor e do que você vende, a precificação é muito importante não só para o seu faturamento, mas também para que os consumidores tenham uma boa experiência.

Ou seja, além de definir preços coerentes com o mercado e com o produto ou serviço que você vende, também é preciso pensar no seu cliente final.

Mas, de fato, não é uma tarefa fácil elaborar uma precificação assertiva, uma vez que são muitos os custos envolvidos dentro de um produto/serviço que muitos empreendedores não chegam nem a mensurar.





Portanto, pensando em ajudar a você que deseja entregar o melhor preço para os seus clientes enquanto obtém o máximo possível de lucro, a equipe da Betel Contabilidade desenvolveu este e-book.

Aqui você vai conferir dicas de precificação para os seus produtos e serviços, o que influencia nos preços e como ir além dos números para atrair ainda mais clientes.

**Boa leitura!**



# SUMÁRIO

- 01** O que define uma boa precificação?
- 02** Valor x preço: você sabe a diferença?
- 03** O que influencia na precificação de produtos e serviços?
- 04** 5 dicas indispensáveis para fazer a precificação de produtos e serviços
- 05** Preço não é tudo! Como agregar valor ao produto ou serviço?
- 06** A importância da contabilidade na precificação
- 07** Não perca mais nem um centavo

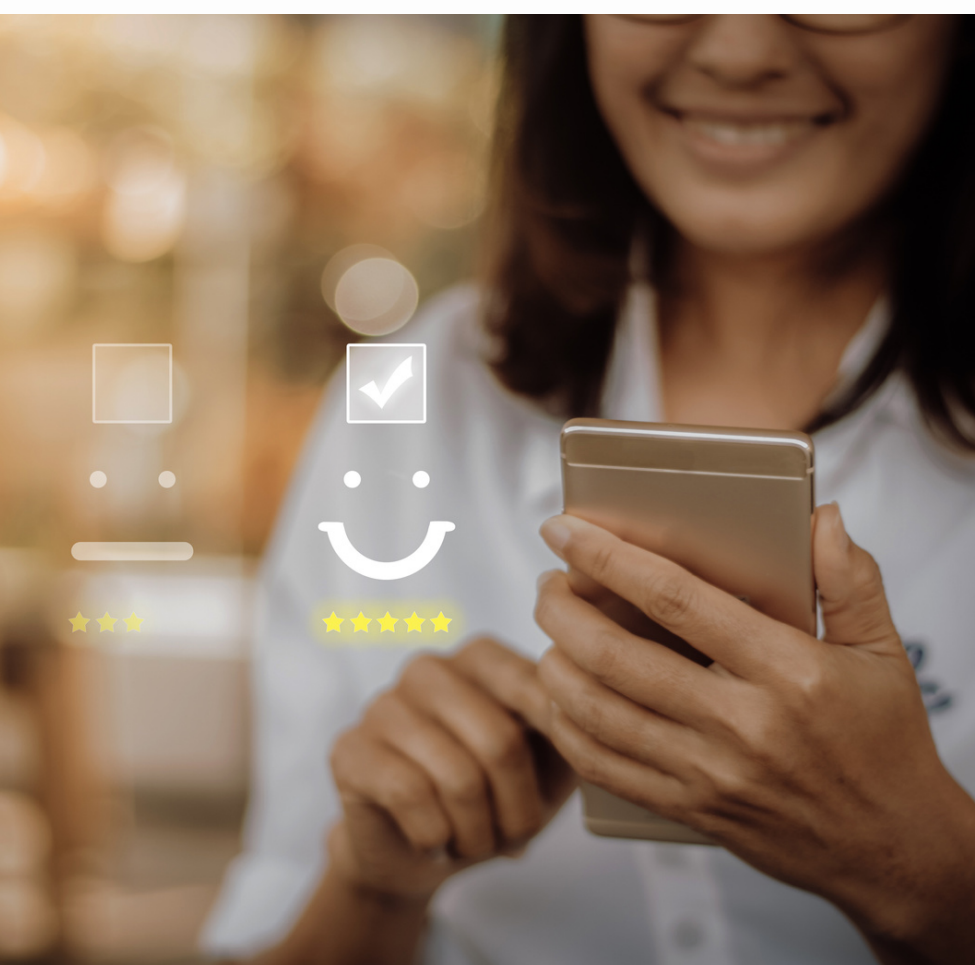


# O QUE DEFINE UMA BOA PRECIFICAÇÃO?

De maneira simplificada, a precificação é o ato de determinar um preço. Mas no mundo dos negócios, a precificação envolve diversos fatores para identificar o melhor preço, tanto para a empresa quanto para os consumidores.



Seria muito fácil realizar a precificação de produtos e serviços com base apenas na sua concorrência, não é mesmo? Esse é um erro de muitos empreendedores que estão começando.



Preços altos e até mesmo baixos demais podem transmitir uma informação errada e afastar os consumidores. O preço alto que não condiz com o produto/serviço afasta simplesmente por ser caro, já o preço baixo demais pode passar a ideia de má qualidade.

Portanto, antes de olhar para a “grama do vizinho”, é preciso enxergar os custos dentro do seu próprio negócio.

A partir disso você pode chegar a uma boa precificação, que pode ser definida por uma **margem de lucro desejada/esperada** para a sua empresa, **análise da percepção de valor dos clientes** e, claro, **não fugir tanto dos padrões de mercado** para não afastar os consumidores.

## VALOR X PREÇO: VOCÊ SABE A DIFERENÇA?

Antes mesmo de conhecer as 5 dicas de precificação que separamos para você, é importante deixar claro a diferença de dois conceitos: valor e preço.

Essa diferença é fundamental para que você possa, inclusive, lucrar mais com o seu produto ou serviço devido ao **valor** dele, cobrando um **preço** mais alto.

A principal diferença entre valor e preço está entre quanto o produto ou serviço custa e o que ele oferece para o usuário. Ou seja, o **preço** está relacionado ao valor monetário (em dinheiro), enquanto o **valor** representa os benefícios e diferenciais para o consumidor.

Um exemplo bastante famoso é a “guerra de smartphones” Apple vs Samsung. A Apple tem um **preço** mais elevado não apenas pela qualidade dos aparelhos, mas principalmente por causa do **valor** do produto, que entrega experiências e vantagens únicas para o usuário.



# O QUE INFLUENCIA NA PRECIFICAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS?



São muitas as coisas que influenciam na precificação de produtos e serviços. Muitas vezes pelo desconhecimento dos fatores envolvidos, empreendedores não chegam ao melhor preço.



Entretanto, as condições são diferentes para quem vende um produto e para quem vende um serviço. Entenda a precificação para cada tipo de venda:





# Precificação de produtos

---



Para chegar a um valor competitivo do produto, também pensando em uma boa margem de lucro, é preciso calcular muito bem os custos de produção envolvidos em todo o processo, que podem ir além do produto em si.

## **Geralmente, os custos de produção de um produto são:**

- Preço das mercadorias ou matérias-primas
- Embalagens
- Impostos
- Armazenamento
- Frete
- Salários e comissões de funcionários envolvidos no processo
- Preços de cupons, descontos e brindes
- Outros custos diários, semanais ou mensais que variam de empresa para empresa, como aluguel, contas de energia e água



# Precificação de serviços

---



Já a precificação de serviços pode ser um pouco mais complicada, pois não estamos falando de um bem tangível.

Logo, a precificação dos serviços está relacionada a recursos humanos e não à matéria-prima, por exemplo.

## **Geralmente, os custos de produção de um serviço são:**

- Hora trabalhada de um profissional (mão de obra)
- Conhecimento e expertise necessária para realizar a função
- Qualidade dos equipamentos utilizados para o trabalho que impactam na entrega final
- Outros custos particulares de cada profissional ou time envolvido







**5 DICAS**  
**indispensáveis**  
**para fazer a precificação**  
**de produtos e serviços**



01

## Avalie os custos diretos e indiretos

Um dos primeiros passos para quem quer acertar na precificação é olhar para dentro da própria empresa antes de ficar comparando preços com a concorrência.

Como falamos acima alguns exemplos, todo produto ou serviço possui seus custos diretos e indiretos que influenciam na produção e na comercialização.

Então, considere todos os custos diretos e indiretos para chegar a um valor justo para você e para o seu consumidor.

02

## Defina a margem de lucro desejada/esperada

Todo e qualquer negócio deve ser lucrativo para sobreviver no mercado, mas com uma margem de lucro confortável, que não te faça passar perrengues no fim do mês.

Defina a sua margem de lucro para cada produto ou serviço e, só depois, ajuste o valor final para possíveis promoções e descontos.

**Normalmente, existem 3 opções para maximizar a sua margem de lucro:**

- Estudar maneiras de reduzir os custos já definidos
- Aumentar o preço do produto/serviço
- Otimizar a produção

03

## Analise os seus concorrentes



Somente após a avaliação de custos e definição da margem de lucro você pode comparar preços para tentar deixar o seu negócio mais competitivo.

Estudar a concorrência, seus preços, promoções e estratégias de prospecção de clientes é importante para que você tome decisões estratégicas cada vez mais assertivas.

Selecione até 5 empresas do mesmo segmento que o seu, de preferência da mesma cidade (caso não venda para todo o Brasil) e do mesmo porte. Busque aprender com quem tem uma proposta similar à sua.

**Essa dica é fundamental para ter certeza de que não vai mitigar a sua margem de lucro por causa da concorrência.**

04

## Avalie se sua estratégia é de margem ou giro

A diferença entre o custo do seu produto/serviço e o preço de venda é chamada de “margem”. Por exemplo, se o seu custo de produção é R\$ 50 e vende por R\$ 100, você tem uma margem de 50%.

Então, como definir uma boa margem? Existe um valor ideal? Quanto maior, melhor? É claro que maximizar o lucro é importante, mas a margem vai depender da sua estratégia.



Algumas empresas lucram bastante por causa de uma margem muito alta em cima de cada produto, como concessionárias na venda de carros e joalherias na venda de jóias. Ou seja, mesmo com a frequência baixa de vendas, a margem compensa.

Já outras empresas lucram com o giro de produtos, ou seja, na frequência (volume) de vendas. São produtos de menor valor e mais rotativos, gerando lucro no acumulado, como supermercados, por exemplo.

Ao ter clareza sobre onde está o seu ganho, na margem ou no giro, você conseguirá fazer uma precificação mais atrativa para o seu público-alvo.

## **05** Estude a percepção de valor dos clientes

Por fim, mas não menos importante, é preciso estudar a percepção de valor dos clientes. Mas afinal, o que é isso? Calma, a gente te explica.

A percepção de valor do cliente é a forma como o cliente entende o valor que está sendo vendido pela empresa. Essa percepção envolve qualidade do produto, benefícios da sua marca, vantagens, exclusividade, preço e mais.





Para entender mais sobre a percepção de valor do seu cliente, você pode fazer questionários online, enquetes e caixinhas de perguntas nas redes sociais e estratégias pós-venda.

**O principal objetivo e benefício aqui é cobrar o máximo que os clientes estão dispostos a pagar, mantendo-os satisfeitos com o seu negócio.**

## **PREÇO NÃO É TUDO! COMO AGREGAR VALOR AO PRODUTO OU SERVIÇO?**

Como falamos acima, preço e valor são coisas diferentes e, muitas vezes, um preço atrativo não é tudo. O erro de muitos empreendedores é depositar 100% da energia no serviço ou produto final, enquanto toda a jornada é importante.





## Mas afinal, como agregar valor ao produto ou serviço? Você pode trabalhar isso de diversas maneiras, veja:

- Facilitando formas de pagamento e entrega
- Comunicação humanizada e que entenda a dor do cliente
- Trabalhar com embalagens atraentes, diferentes e que despertem o interesse, entregando uma experiência a mais para o cliente
- Se possível, disponibilize demonstrativos gratuitos
- Invista em programas de vantagens, como pontos que se acumulam a cada compra e que são convertidos em descontos
- Agilidade em todo o processo de venda, desde os canais de comunicação com o cliente até o envio

Só para você ter uma ideia de que preço não é tudo, separamos dados valiosos para você considerar na hora de agregar valor ao seu produto e empresa como um todo.

Segundo pesquisa realizada pela Zendesk, empresa de desenvolvimento de software e atendimento ao cliente, **82% dos consumidores brasileiros afirmaram comprar algo com base na qualidade do atendimento que recebem.**

Já o relatório global de Tendências em Experiência do Cliente, realizado em 21 países, concluiu que **70% das empresas entrevistadas relataram que o atendimento tem um impacto positivo nas vendas.**



# A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE NA PRECIFICAÇÃO



Como você viu até aqui, a precificação envolve diversas demandas, análises, cálculos, ferramentas e estratégias. Como lidar com tudo isso da melhor maneira e a ter certeza de que não está esquecendo nada? **A resposta está na contabilidade.**

A contabilidade permite que você entenda, de maneira precisa, quanto custou cada um dos seus serviços e produtos. **Dessa forma, você entende:**

- Quais são os elementos que mais encarecem os seus produtos e serviços
- Estratégias para reduzir custos e despesas, principalmente os que são desnecessários
- Como definir os preços mais adequados para cobrar do seu cliente
- Como otimizar a sua margem de lucro

Além da precificação, a contabilidade também é responsável por definir estratégias para a redução de impostos, encontrando oportunidades onde muitos empreendedores não enxergam.

**Mas ainda não acabou!** A contabilidade também é importante para os empreendedores que querem se dedicar ao que realmente sabem e gostam de fazer, deixando toda a burocracia financeira nas mãos de especialistas.





# NÃO PERCA MAIS NEM UM CENTAVO

Quem reduz custos e despesas na empresa e otimiza a precificação não perde mais nem um centavo.

Quer ter todos os benefícios que citamos aqui ao longo deste e-book dentro da sua empresa?

# BETEL

## CONTABILIDADE

Você pode contar com a **Betel Contabilidade** para auxiliar em todas as demandas financeiras, bem como para a consultoria em uma melhor tomada de decisão.

Tudo pensado de maneira estratégica, alinhado com o porte da sua empresa e com os seus objetivos. Desenvolvemos um acompanhamento financeiro facilitado por meio de ferramentas inteligentes



[Clique aqui e entre em contato conosco!](#)

