Precificação

Preço X Valor:

1 – Preço

Consiste no somatório do custo direto, com o custo indireto e o lucro.

Custo Direto:

É o somatório de todos os custos mensuráveis (ex. ingredientes, embalagens, etc).

Custo Indireto:

É o cálculo estimado de todos os custos que não se medem facilmente (ex. água, luz, combustível, detergente, marketing, impostos, funcionários (o próprio), renda/aluguer, etc).

Lucro:

Valor que sobra no final.

2 – Valor

Consiste no quanto o cliente está disposto a pagar pelo seu produto (quanto o cliente acha que o produto vale).

Como saber o valor do produto para o cliente?

Valor Elevado – Ao saber o preço o cliente não compra ou diz mesmo que está caro

Valor Adequado – Ao saber o preço o cliente formaliza a compra

Valor Baixo – Ao saber o preço o cliente compra várias unidades

Como aumentar o valor dos meus produtos?

Utilizar uma boa estratégia de "Branding" (um conjunto de ações que despertam a conexão com o cliente, ajudando a construir uma marca).

O produto vale mais do que o produto em si, vale pela marca que tem – criação de valor além do produto.

O principal objetivo do Branding é diferenciar uma marca, proporcionando um reconhecimento no mercado.

Com uma boa estratégia de Branding o nome da marca já agrega valor.

"Uma marca é um conjunto de expectativas, memórias, histórias e relacionamentos que, juntos, são responsáveis por fazer o consumidor escolher um produto ou serviço em vez de outro."

Seth Godin

Precificação

Principais Estratégias de Branding:

1 – Atendimento:

Qualidade do atendimento (rapidez, simpatia, etc)

2 – Matéria Prima:

Qualidade das matérias primas (ingredientes, embalagens, etc)

3 – Estética:

Apresentação elegante e cuidada (produtos, embalagens, etc)

4 – Marketing:

Divulgação diária, campanhas sazonais (ex. redes sociais)

5 – Pós Venda:

Ouvir o cliente após a experiência com a sua marca (feedback, sugestões)

Estimativa do Preço Final do Produto:

O **preço final** de um produto é calculado em função de:

- Preço → custo direto (calculado pela tabela da ficha técnica do produto)
  - custo indireto (entre 50% a 100% do CD, dependendo da estrutura do negócio)
  - lucro (valor que eu acho que vale a pena, a partir de 100% do somatório dos CD e CI)
- Valor Percebido (depende da estratégia de Branding)
- Concorrência (avaliação de ajuste à realidade do mercado)

Exercício:

Bolo de Laranja				
Valor Percebido			35€	
Preço	Custo Direto		10€	30€
	Custo Indireto	50%	5€	
	Lucro	100%	15€	
Concorrência			25€ - 50€	

Ficha Técnica

(exemplo)

NOME do PRODUTO - Bolo de Laranja e Chocolate

Receita - Massa

MATERIAL	Quant. da Embalagem	Unid. da Embalagem	Preço da Embalagem	Preço da Unidade	Local da Compra	Data da Compra	Quant. da Receita	Preço na Receita
Ovos (M)	12	unid	2,10€	0,175€	Hiper	Maio/21	6	1,05€
Açúcar granulado	1000	g	1,25€	0,00125€	Hiper	Mar/21	450	0,56€
Farinha c/ fermento	1000	g	1,10€	0,0011€	Mercado	Maio/21	350	0,385€
Óleo	5000	ml	3,86€	0,00077€	Aldi	Abr/21	240	0,185€
Laranja	15	unid	1,40€	0,093€	Mercado	Maio/21	1	0,093€
Fermento químico	113	g	1,69€	0,015€	Hiper	Abr/21	15	0,224€
							Total	**2,497€**

Receita – Cobertura de Chocolate

MATERIAL	Quant. da Embalagem	Unid. da Embalagem	Preço da Embalagem	Preço da Unidade	Local da Compra	Data da Compra	Quant. da Receita	Preço na Receita
Chocolate barra leite	200	g	1,10€	0,0055€	Hiper	Mai/21	200	1,10€
Natas 35%	200	ml	0,75€	0,0037€	Hiper	Mai/21	200	0,75€
							Total	**1,85€**

Receita – Outros materiais

MATERIAL	Quant. da Embalagem	Unid. da Embalagem	Preço da Embalagem	Preço da Unidade	Local da Compra	Data da Compra	Quant. da Receita	Preço na Receita
Prato cartão 27cm	50	unid	25€	0,50€	Recheio	Abr/21	1	0,50€
Caixa cartolina 27cm	20	unid	15€	0,75€	Recheio	Abr/21	1	0,75€
							Total	**1,25€**

Custo Total – 2,497€ + 1,85€ + 1,25€ **= 5,597€**

Ficha Técnica

NOME do PRODUTO _____

Receita _____

MATERIAL	Quant. da Embalagem	Unid. da Embalagem	Preço da Embalagem	Preço da Unidade	Local da Compra	Data da Compra	Quant. da Receita	Preço na Receita
							Total	

Receita _____

MATERIAL	Quant. da Embalagem	Unid. da Embalagem	Preço da Embalagem	Preço da Unidade	Local da Compra	Data da Compra	Quant. da Receita	Preço na Receita
							Total	

Receita _____

MATERIAL	Quant. da Embalagem	Unid. da Embalagem	Preço da Embalagem	Preço da Unidade	Local da Compra	Data da Compra	Quant. da Receita	Preço na Receita
							Total	

Custo Total _____ €