

## 如何計算訂閱的折扣百分比

永久折扣可以為公司帶來多種好處：

1. 客戶獲取：折扣可以吸引潛在客戶的注意力，並可以激勵他們進行購買。這在公司爭奪客戶注意力和忠誠度的競爭環境中尤其有用。
2. 銷售額增加：折扣可以鼓勵更多的銷售。當買家看到優惠時，他們可能會想購買更多產品或服務。
3. 擺脫多餘庫存：公司可以利用折扣來快速銷售大量庫存或庫存的商品或服務。這避免了不必要的存儲成本和過時成本。
4. 新產品或服務的推廣：折扣有助於向市場推出新產品或服務，吸引第一批客戶並激發創新興趣。
5. 提高客戶忠誠度：為老顧客提供定期折扣有助於建立忠誠度。獲得一致價值主張的客戶往往會保持對該品牌的忠誠度。
6. 市場策略：折扣可以成為公司整體營銷策略的一部分。它們有助於吸引人們對品牌的關注並塑造公司的積極形象。

競爭優勢：如果一家公司提供比競爭對手更好的折扣，它就可以吸引顧客並增加市場份額。

折扣對於買家來說必須是切實可見的。購買公寓時5%的折扣是一個令人印象深刻的金額，但一瓶蘇打水的同樣折扣不太可能吸引買家——太不起眼了。

要知道你可以提供什麼樣的折扣，你首先需要計算產品的利潤。

邊際性是利潤佔總收入的百分比。利潤越高，您賺到的錢就越多。

保證金可以計算：

$$\text{毛利} = (\text{銷售價格} - \text{成本價}) / \text{銷售價格} \times 100\%$$

例子：

您有一家裁縫皮拖鞋的公司。製作一雙拖鞋的成本是 50 美元。拖鞋售價為 100 美元。

$$\text{保證金} = (100 - 50) / 100 \times 100\% = 50\%$$

請記住，折扣的大小不應高於產品的利潤，否則您將虧本出售而無法獲利。

如果你開始以 70% 的折扣銷售拖鞋，你將無法賺取甚至收回其成本。

## 如何計算折扣的有效性？

折扣應該會刺激銷售。想要靠股票賺錢，你需要提前計算出需要打折出售的商品數量。操作方法如下：

計算盈虧平衡點

這是將保留之前收入但尚未帶來額外收入的銷售量。高於此點的銷售將從產品折扣中產生額外收入。它可用於計算操作的有效性。

要計算所需的銷量，您需要知道折扣損失。它們是根據以下公式計算的：

$$\text{折扣損失} = \text{折扣} / \text{保證金}$$

使用損失百分比，計算所需的銷售額增長：

所需銷售增長=折扣損失/(100%-折扣損失)

例子：

您決定對每雙拖鞋提供 15% 的折扣。

折扣損失 = 15% / 50% × 100 = 30%

所需銷售增長 = 30% / (100% - 30%) × 100 = 42%

要達到初始利潤，您需要將銷售額增加 42%。

如果你平時賣100雙，那麼你需要賣142雙，任何高於這個數字的拖鞋都會帶來額外的利潤。

對商品進行 **ABC** 分析

ABC 分析(ABC 分析)是一種允許您根據公司資源(原材料、貨物、預算、客戶) 對業務的重要性對其進行分類的方法。它基於著名的帕累托原則或 80/20 規則。該原則指出，20% 的努力或投資產生 80% 的結果。

根據帕累托原則，公司的所有資源或因素可以分為幾組：A - 20% 的資源帶來 80% 的利潤/銷售額/營業額。這是最有價值的環節，值得你集中精力去做。B - 30% 的資源帶來 15% 的利潤。C——剩餘50%的資源，從中獲得的利潤只有5%。

ABC 分析將幫助您了解哪些產品或服務折扣最好。比較價目表中所有商品的利潤和需求。

比較您的產品或服務的利潤：

- 利潤率低——從 10% 到 20%。
- 平均利潤率為 20% 至 100%。
- 高利潤率——超過100%。

比較對您的產品或服務的需求。將職位分為三類：

- 經常購買。
- 中等購買。
- 很少買。

比較利潤和需求。最好對很少購買的中高利潤產品進行折扣。

這樣，您將以 100% 或更高的加價出售更多商品，但折扣不會佔用您總收入的很大一部分 - 因為對這些產品的需求仍然很少。

例子：

您銷售皮革製品，想要計算哪些商品最適合打折。

最簡單的方法就是把商品寫在一張總表中，按照邊際性的比例和商品購買的頻率來排列。

商品	经常	平均的	很少
高利潤	腰帶	文件封面	手拿包
平均利潤	手链	腰包	钱包
利潤率低	背包	包	鞋

在這種情況下，最好對手拿包和錢包進行折扣。有了這些產品，你可以賺很多錢，價格降低 10-20% 不會影響總收入，因為對它們的需求仍然低於其他產品。