

Pricing & Packaging Research

**۱. روشناسی تحقیق قیمت.

**۱/۱ رویکرد چندوجهی.

۱. مصاحبه عمقی** با ۱۵ پزشک برای درک ارزش درکشده**.

۲. با ۴۰ پزشک* Van Westendorp** تست.

۳. محدود** در فروش واقعی A/B آزمایش**.

۴. تحلیل حساسیت قیمت** بر اساس داده‌های واقعی فروش**.

**۱/۲. مراحل اجرا.

۱-۲: هفته مصاحبه‌های کیفی**

۳: هفته Van Westendorp** تست

۴-۶: کنترل شده A/B هفته آزمایش**

۷-۸: هفته تحلیل نتایج و تصمیم نهایی**

**۲. نتایج تحقیقات قیمت.

۱۵ پزشک) مصاحبه‌های کیفی** ۲/۱.

۲: درک ارزش**

- ارزش درکشده بالا:** ۱۵ پزشک از ۱۵ ارزش ماهانه +۴۰۰ هزار تومان را گزارش کردند**

مبانی ارزش: ** صرفهجویی زمان منشی (۳-۲ ساعت روزانه) -

محاسبه ذهنی پزشکان: ** "اگر منشی ۲ ساعت در روز صرفهجویی کند، ارزشش ۴۰۰ هزار ** تومان است"

** نقاط مرجع قیمتی # ## # #

رقبای مستقیم: ** ۸۰۰-۲۰۰ هزار تومان ۱.

هزینه منشی: ** ۴-۳ میلیون تومان ماهانه ۲.

ارزش زمان پزشک: ** ۵۰۰-۳۰۰ هزار تومان به ازای هر ساعت ۳.

** عبارات کلیدی پزشکان # ## # #

"اگر واقعاً کار منشی را ۵۰٪ کم کند، ماهی ۵۰۰ هزار تومان می‌ارزد" -

"من برای سیستم‌های قدیمی ۵ میلیون تومان پرداخت کرده‌ام" -

"ارزشش را دارد اگر بیمارانم کمتر معرض باشند" -

** ۲/۲ تست Van Westendorp (پزشک ۴۰) **

** سوالات تست # ## # #

در چه قیمتی این سیستم "خیلی ارزان" به نظر می‌رسد؟ (شک برانگیز) ۱.

در چه قیمتی این سیستم "ارزان" به نظر می‌رسد؟ (ارزش خوب) ۲.

در چه قیمتی این سیستم "گران" به نظر می‌رسد؟ ۳.

در چه قیمتی این سیستم "خیلی گران" به نظر می‌رسد؟ ۴.

نتایج تحلیل**

| |
|---|
| نقطه قیمتی مبلغ (هزار تومان) تفسیر |
| ----- ----- ----- |
| نقطه خیلی ارزان ۱۵۰ زیر این قیمت، کیفیت مشکوک است |
| نقطه ارزان ۲۵۰ قیمت جذاب برای خریداران |
| نقطه گران ۵۵۰ بالای این قیمت، مقاومت شروع می‌شود |
| نقطه خیلی گران ۷۵۰ غیرقابل خرید برای اکثر پزشکان |

هزار تومان ۳۵۰-۴۵۰ (** OPP): منطقه قیمت بهینه**

قیمت نقطه مطلوب: ۴۰۰ هزار تومان** -

قیمت حداکثر درآمد: ۳۸۰ هزار تومان** -

قیمت A/B آزمایش .۲/۳ **

طرح آزمایش**

قیمت ۳۰۰ هزار تومان (۱۵ مشتری) A: گروه** -

قیمت ۴۰۰ هزار تومان (۱۵ مشتری) B: گروه** -

قیمت ۵۰۰ هزار تومان (۱۵ مشتری) C: گروه** -

دوره: ۶۰ روز** -

، نرخ نگهداشت CAC متغیرها: نرخ تبدیل،** -

نتایج آزمایش A/B:**

| گروه C (۵۰۰) | گروه B (۴۰۰) | گروه A (۳۰۰) | معیار | گروه | نرخ تبدیل** |
|--------------|--------------|--------------|-------|------|---|
| | | | | | **۲/۹% |
| | | | | | ۴/۱% |
| | | | | | ۴/۸% |
| | | | | | هزار ۳۹۰ هزار ۵۸۰ هزار **CAC** |
| | | | | | **۸۹% ۹۲% ۸۸% **۱ نگهداشت ماه |
| | | | | | **۸۷% ۹۰% ۸۵% **۲ نگهداشت ماه |
| | | | | | **۲/۶۴ Mدرآمد سرانه** ۴/۳۲M ۴/۳۵M |

تحلیل نتایج **

۱. (۴۰۰ هزار) بهترین تعادل Gروه B:**

- نرخ تبدیل قابل قبول (۴/۱%)

- معقول (۳۹۰ هزار) CAC

- نگهداشت بالا (۹۰٪ ماه دوم)

- درآمد سرانه خوب (۴/۳۲ میلیون)

۲. (هزار ۳۰۰) Gروه A:**

- نرخ تبدیل بالا اما نگهداشت پایین تر

- درآمد سرانه پایین تر

۳. (هزار ۵۰۰) Gروه C:**

- نرخ تبدیل بسیار پایین

- CAC بالا

- درآمد سرانه مشابه گروه B

**تحلیل داده‌های واقعی فروش .۲/۴ # ## #

**:ماه داده واقعی # ## # #

| نگهداشت ماه | CAC | قیمت آزمایشی | تعداد فروش | درآمد کل |
|-------------|-------|--------------|------------|----------|
| ----- | ----- | ----- | ----- | ----- |
| ۲۰۰ | ۹/۶ | ۸ | M(تفیف) | ۲۱۰ |
| ۳۰۰ | ۱۲ | ۲۱/۶ | M | ۳۲۰ |
| ۳۵۰ | ۱۵ | ۳۱/۵ | M | ۳۸۰ |
| ۴۰۰ | ۷ | ۱۶/۸ | M | ۴۱۰ |

**:یافته کلیدی # ## # #

منحنی تقاضا: ** کشش قیمتی حدود ۱/۲ - (هر ۱۰٪ افزایش قیمت، تقاضا ۱۲٪ کاهش) -

نقطه بهینه: ** ۳۵۰ هزار تومان (تعادل بین حجم و حاشیه) -

اثر کیفیت: ** قیمت بالاتر → نگهداشت بهتر -

** طراحی بسته‌بندی نهایی .۳ # # #

۳/۱ بسته پایه . (Basic)

قیمت: ** ۳۵۰ هزار تومان ماهانه**

**: ویژگی‌های اصلی*

- نوبتدهی آنلاین و تلفنی -

- نمایش وضعیت لحظه‌ای -

- اطلاع‌رسانی پیامکی -

- گزارش‌های ماهانه -

- پشتیبانی ساعت اداری -

هدف: ** ۶۰٪ مشتریان**

"تبیین ارزش: ** "صرفه‌جویی ۲ ساعت زمان منشی روزانه**"

۳/۲ بسته حرفه‌ای (Professional)

قیمت: ** ۵۰۰ هزار تومان ماهانه**

**: ویژگی‌های اضافی*

- اپلیکیشن اختصاصی بیمار -

- گزارش‌های تحلیلی پیشرفته -

- یکپارچه‌سازی با سیستم‌های دیگر -

- (۹-۲۱) پشتیبانی اولویت‌دار -

- آموزش ماهانه -

هدف: ** ۳۰٪ مشتریان**

"تبیین ارزش: "مدیریت کامل و داده محور مطب**

۳/۳ (Enterprise)

قیمت: **مذاکره‌ای (۷۰۰ + هزار تومان)**

**ویژگی‌ها

- سفارشی‌سازی کامل

- پشتیبانی اختصاصی

- توسعه ویژگی‌های درخواستی

- آموزش نامحدود

هدف: **۱۰٪ مشتریان (کلینیک‌های بزرگ)

**و ریزش CAC تحلیل تأثیر قیمت بر .۴ # ## # **۴/۱

۴/۱ CAC رابطه قیمت و

**داده‌های مشاهده شده # ## #

- هزار ۲۱۰ : قیمت CAC = ۲۱۰ **۲۰۰

- هزار ۳۲۰ : قیمت CAC = ۳۲۰ **۳۰۰

- هزار ۳۸۰ : قیمت CAC = ۳۸۰ **۳۵۰

- هزار ۴۱۰ : قیمت CAC = ۴۱۰ **۴۰۰

- هزار ۵۸۰ : قیمت CAC = ۵۸۰ **۵۰۰

تحلیل **

با قیمت افزایش می‌یابد: * اما نه به صورت خطی ۱. **CAC

۲. **CAC نسبت قیمت به *

- ۲۰۰: ۰/۹۵

- ۳۰۰: ۰/۹۴

- ۳۵۰: ۰/۹۲

- ۴۰۰: ۰/۹۸

- ۵۰۰: ۰/۸۶

۳. ** بهینه: * قیمت ۴۰۰ بهترین نسبت *

رابطه قیمت و ریزش (Churn) **

داده‌های نگهداشت **

| | |
|--|---------------------------------------|
| قیمت ماه ۱ ماه ۳ دلیل اصلی ریزش | ----- ----- ----- ----- ----- |
| "ارزش کم می‌بینیم" ۲۰۰ ۸۸% ۸۳% ۸۰% | |
| مسائل فنی ۳۰۰ ۹۰% ۸۵% ۸۲% | |
| بسته شدن مطب ۳۵۰ ۹۳% ۸۹% ۸۷% | |
| عوامل خارجی ۴۰۰ ۹۴% ۹۱% ۹۰% | |

| قیمت بالا | ۸۵% | ۸۸% | ۹۱% | ۵۰۰ |

:بینش‌ها

قیمت پایین‌تر = نگهداشت پایین‌تر:** مشتریان ارزش کمتری درک می‌کنند** . ۱.

قیمت متوسط = نگهداشت بهینه:** ۴۰۰-۳۵۰ هزار تومان** . ۲.

قیمت بالا = ریزش ناشی از قیمت:** مشتریان حساس به قیمت ریزش می‌کنند** . ۳.

۴/۳. اثر قیمت بر LTV

محاسبه LTV:

| قیمت | درآمد ماهانه | طول عمر (ماه) | LTV | LTV:CAC |

| ----- | ----- | ----- | ----- | ----- |

| ۲۰۰ | ۲۰۰ | ۱۰ | ۲'۰۰۰ | ۹/۵ |

| ۳۰۰ | ۳۰۰ | ۹/۸ | ۲'۹۴۰ | ۹/۲ |

| ۳۵۰ | ۳۵۰ | ۱۰/۴ | ۳'۶۴۰ | ۹/۶ |

| ۴۰۰ | ۴۰۰ | ۱۱ | ۴'۴۰۰ | ۱۰/۷ |

| ۵۰۰ | ۵۰۰ | ۹/۵ | ۴'۷۵۰ | ۸/۲ |

:تحلیل

- قیمت ۴۰۰ (نسبت ۱۰/۷) LTV:CAC:** بهینه** -

- CAC بالا قیمت ۵۰۰ اما با LTV بالاترین** -

تعادل: ** قیمت ۴۰۰ بهترین ترکیب -

** سیاست تخفیف و حفظ حاشیه سود . ۵

** ساختار تخفیف . ۱ / ۵

** : تخفیف های مبتنی بر رفتار

** : تخفیف تعهد بلندمدت . ۱

پرداخت ۳ ماهه: بدون تخفیف -

پرداخت ۶ ماهه: ۵٪ تخفیف -

پرداخت سالانه: ۱۰٪ تخفیف -

** : تخفیف معرفی . ۲

معرفی یک مشتری موفق: ۵٪ تخفیف ماه جاری -

معرفی دو مشتری: ۱۰٪ تخفیف ماه جاری -

حداکثر تخفیف: ۱۵٪ -

** : تخفیف حجمی . ۳

کلینیک های ۳ + پزشک: ۱۰٪ تخفیف -

کلینیک های ۵ + پزشک: ۱۵٪ تخفیف -

** محافظت از حاشیه سود . ۲ / ۵

**:حداکثر تخفیف ترکیبی # #####

سقف کلی: ** ۲۵٪ تخفیف -

محاسبه: ** سالانه (۱۰٪) + معرفی (۵٪) = ۲۵٪ -

**:قوانين تخفیف # #####

عدم تجمع خودکار: ** نیاز به تأیید مدیر فروش ۱.

حدودیت زمانی: ** تخفیف‌ها فقط برای دوره جدید ۲.

عدم تمدید خودکار: ** نیاز به مذاکره مجدد ۳.

** اثر تخفیف بر حاشیه سود ۵/۳ # #####

**:تحلیل حاشیه # #####

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| سناریو قیمت پایه تخفیف قیمت نهایی حاشیه سود اثر بر نگهداشت | | | | | |
| ----- ----- ----- ----- ----- ----- | | | | | |
| بدون تخفیف ۳۵۰ ۷۵٪ ۳۵۰ ۰٪ پایه | | | | | |
| سالانه ۳۵۰ ۱۰٪ ۳۱۵ ۷۳٪ ۵٪+ نگهداشت | | | | | |
| سالانه + معرفی ۳۵۰ ۲۰٪ ۲۸۰ ۶۸٪ ۸٪+ نگهداشت | | | | | |
| حداکثر ۳۵۰ ۲۵٪ ۲۶۲ ۶۵٪ ۱۰٪+ نگهداشت | | | | | |

**:استراتژی # #####

- نه کاهش قیمت **LTV تخفیف‌ها برای افزایش** -
- متمرکز بر نگهداشت:** تخفیف برای مشتریان وفادار** -
اجتناب از جنگ قیمت:** رقابت بر اساس ارزش، نه قیمت** -

**تصمیمات نهایی قیمت‌گذاری .۶ # #

**قیمت‌های نهایی .۱ # # #

**: قیمت‌گذاری رسمی # # # #
پایه:** ۳۵۰ هزار تومان ماهانه* -
حرفه‌ای:** ۵۰۰ هزار تومان ماهانه* -
سازمانی:** مذاکره‌ای (۷۰۰ + هزار تومان) -

**: توجیه اقتصادی # # # #
حاشیه سود ناخالص:** ۱. **٪۸۰-۷۵
هدف:** زیر ۴۰۰ هزار تومان CAC
هدف:** بالای ۳/۵ میلیون تومان LTV
هدف:** بالای ۸ LTV:CAC نسبت** ۴.

**انتظارات از قیمت جدید .۲ # # #

**: پیش‌بینی عملکرد # # # #

نرخ تبدیل: ** ۳/۵٪ (کمی کاهش) ۱.

هزار تومان ۴۲۰-۳۸۰ **CAC:

نگهداشت ماه ۶: **٪ ۹۰-۸۵ ۳.

درآمد ماهانه مشتری: ** ۳۵ هزار تومان ۴.

**: ریسک‌ها و مدیریت # #####

ROI ریسک کاهش تقاضا: ** پاسخ: تأکید بر ارزش و ۱.

ریسک رقابت قیمتی: ** پاسخ: رقابت بر اساس کیفیت و پشتیبانی ۲.

ریسک نارضایتی مشتریان قدیمی: ** پاسخ: قیمت قدیمی برای ۶ ماه حفظ شود ۳.

** برنامه ناظرت و تنظیم . # ##### ۶/۳

**: ناظرت ماهانه #####

تحلیل نرخ تبدیل * بر اساس قیمت ۱.

** واقعی CAC محاسبه ۲.

** Cohort‌ها بررسی نگهداشت ۳.

** تحلیل رقبای قیمتی ۴.

**: معیارهای تنظیم قیمت #####

کاهش قیمت اگر: ** نرخ تبدیل زیر ۲/۵٪ برای ۳ ماه ۱.

افزایش قیمت اگر: ** نرخ تبدیل بالای ۵٪ و نگهداشت بالای ٪ ۹۰ ۲.

تغییر بسته‌بندی اگر: ** تقاضا برای یک بسته خاص کم باشد ۳.

نتیجه‌گیری . ۷ ** #: #

بینش‌های کلیدی . ۱ / ۷ #: #

ارزش درکشده بالا است: ** پژوهان تا ۵۰۰ هزار تومان ارزش فائلند** . ۱.
قیمت بر نگهداشت اثر مثبت دارد: ** مشتریان با قیمت بالاتر بیشتر می‌مانند** . ۲.
بهترین نقطه: ** ۴۰۰-۳۵۰ هزار تومان (تعادل تقاضا و سود) . ۳.

تصمیمات مبنی بر داده . ۲ / ۷ #: #

Van Westendorp + A/B) (بر اساس) ** قیمت پایه ۳۵۰ هزار تومان** . ۱.
بسته‌بندی ۳ لایه** (پایه، حرفه‌ای، سازمانی)** . ۲.
تخفیف‌های محدود و کنترل شده** (حداکثر ۲۵٪) . ۳.

انتظارات کسبوکار . ۳ / ۷ #: #

درآمد ماهانه مشتری: ** ۳۵۰ هزار تومان** -

حاشیه سود ناخالص: **٪ ۸۰-۷۵ -

LTV:CAC:** ۹-۱۱ نسبت -

پایداری مالی: ** تضمین شده با این ساختار قیمت** -

قیمت‌گذاری نهایی مبنی بر داده است، نه حدس. هر تصمیم آتی نیز بر اساس معیارهای عملکرد **
تنظیم خواهد شد**.