# تکنیک «ساندویچ قیمت»

## تکنیک «ساندویچ قیمت»: چگونه قیمت‌های گران را لایِ نانِ کیفیت مخفی کنیم؟

## تکنیک «ساندویچ قیمت»: لحظه‌ی سکوت مرگبار پس از اعلام قیمت

همه فروشندگان این لحظه را تجربه کرده‌اند: مکالمه عالی پیش رفته، مشتری مشتاق به نظر می‌رسد، و ناگهان سوال نهایی پرسیده می‌شود: «خب، قیمت این محصول چقدر است؟» شما آب دهانتان را قورت می‌دهید، کمی مکث می‌کنید و عدد را می‌گویید: «۵۰ میلیون تومان». ناگهان سکوت سنگینی حاکم می‌شود. مشتری که تا

چند لحظه پیش هیجان‌زده بود، حالا سرد شده و می‌گوید: «اوه! فکر نمی‌کردم انقدر گران باشد. باید فکر کنم.» اشتباه شما چه بود؟ آیا محصولتان گران بود؟ لزوماً نه. اشتباه شما این بود که قیمت را «برهنه» تحویل دادید. در روانشناسی فروش، اعلام قیمت بدون مقدمه و مؤخره، مانند پاشیدن آب سرد روی صورت مشتری است. مغز انسان در لحظه شنیدن عدد، دچار «درد پرداخت» (Pain of Paying) می‌شود. اما فروشندگان حرفه‌ای از تکنیکی به نام «ساندویچ قیمت» استفاده می‌کنند تا این درد را به لذت تبدیل کنند. در این مقاله یاد می‌گیریم چطور قیمت را لابلای لایه‌های ضخیمی از ارزش بپیچیم تا مشتری طعم گرانی را حس نکند.

## آناتومی یک ساندویچ خوشمزه: فرمول ۳ مرحله‌ای

تکنیک ساندویچ بسیار ساده است: هرگز قیمت را به تنهایی اعلام نکنید. قیمت (که بخش ناخوشایند ماجراست) باید مانند گوشت همبرگر، بین دو لایه نانِ تازه و خوشمزه (که همان ارزش‌ها و منافع هستند) قرار بگیرد. ساختار فرمول به این شکل است:

لایه‌ی نان اول (یادآوری ارزش): مرور کوتاه آنچه مشتری به دست می‌آورد.

محتویات وسط (قیمت): اعلام سریع و با اعتماد به نفسِ عدد.

لایه‌ی نان دوم (تصویرسازی نتیجه): اشاره به سود نهایی یا خدمات پس از فروش.

## مرحله اول: نانِ رویی (آماده‌سازی ذهن)

**«قبل از اینکه عدد را بشنود، باید بداند چه چیزی می‌برد»** قبل از اینکه قیمت را بگویید، باید در یک جمله، تمام «نقاط درد» مشتری را که محصول شما حل می‌کند، یادآوری کنید. این کار باعث می‌شود مغز مشتری روی «راه حل» متمرکز شود، نه روی «هزینه».

مثال اشتباه: «قیمت این دوره آموزشی ۱۰ میلیون تومان است.»

مثال با لایه اول: «جناب مشتری، باتوجه به اینکه گفتید می‌خواهید تیم فروشتان را از رکود خارج کنید و به دنبال افزایش ۳۰ درصدی درآمد در ماه آینده هستید...» (اینجا ذهن مشتری می‌گوید: بله، من این را می‌خواهم).

## مرحله دوم: گوشت ساندویچ (اعلام قیمت بدون لرزش)

**«سریع، قاطع و بدون عذرخواهی»** حالا نوبت اعلام قیمت است. مهم‌ترین نکته در این مرحله این است که مکث نکنید و صدایتان نلرزد. همچنین از کلماتی که بار منفی دارند (مثل هزینه، خرج،

پرداخت) استفاده نکنید. به جای آن از کلمات مثبت (مثل سرمایه‌گذاری، مبلغ پروژه) استفاده کنید.

ادامه مثال: «...سرمایه‌گذاری شما برای این دوره جامع فقط ۱۰ میلیون تومان است...» نکته طلایی: بلافاصله بعد از گفتن قیمت، ساکت نشوید! اگر اینجا سکوت کنید، مشتری فرصت می‌کند روی عدد تمرکز کند و بگوید گران است. فوراً به مرحله سوم بروید.

## مرحله سوم: نانِ زیرین (ضربه نهایی و دعوت به اقدام)

**«قیمت را با منفعت بشویید و ببرید»** بلافاصله پس از گفتن عدد، باید یک مزیت بزرگ، یک گارانتی یا یک تصویر از آینده شیرین را ارائه دهید تا تلخی قیمت شسته شود. این لایه باعث می‌شود آخرین چیزی که در گوش مشتری می‌ماند، «سود» باشد، نه «پول».

تکمیل مثال: «...که البته این مبلغ شامل پشتیبانی ۳ ماهه رایگان ما هم می‌شود تا مطمئن شویم تمام تکنیک‌ها در شرکت شما اجرایی شده است. با این حساب، فاکتور را به نام شرکت صادر کنم یا شخص جنابعالی؟»

# مثال‌های کاربردی در صنایع مختلف

بیایید ببینیم این تکنیک در صنایع دیگر چطور کار می‌کند:

۱. فروش بیمه عمر:

نان اول: «برای اینکه خیالتان راحت باشد که فرزندتان در ۲۰ سالگی، سرمایه اولیه برای ازدواج یا شروع کارش را بدون هیچ استرسی در اختیار دارد...»

قیمت: «...مبلغ پس‌انداز ماهانه فقط ۱ میلیون تومان است...»

نان دوم: «...که در واقع معادل هزینه دو تا پیتزا در ماه است، اما آینده فرزندتان را برای همیشه بیمه می‌کند. برای شروع قرارداد، کدملی ایشان را بفرمایید.»

۲. فروش نرم‌افزار حسابداری (B۲B):

نان اول: «برای اینکه خطاهای انسانی در انبارگردانی شما به صفر برسد و دیگر نگران کسری کالا نباشید...»

قیمت: «...قیمت لایسنس دائمی این نسخه ۵۰ میلیون تومان است...»

نان دوم: «...که در برابر زیان‌های سالانه ناشی از گم شدن کالا در

انبار، در ماه اول به جیب شما برمی‌گردد. نسخه دمو را امروز برایتان فعال کنم؟»

## اشتباهات مرگبار در اجرای تکنیک ساندویچ

حتی با بهترین فرمول، اگر این ۳ اشتباه را انجام دهید، ساندویچ شما خراب می‌شود:

عذرخواهی کردن: هرگز نگویید «ببخشید قیمت ما کمی بالاست». شما باید به قیمت خود افتخار کنید چون محصولتان باکیفیت است.

استفاده از نان بیات (کلیشه‌ها): نگویید «چون کیفیت ما عالیه...». دقیق باشید. بگویید «چون ما تنها شرکتی هستیم که گارانتی تعویض بی قید و شرط داریم».

فاصله انداختن: بین لایه‌ها نفس نکشید! کل ساندویچ باید در یک جمله پیوسته و روان بیان شود.

## نتیجه‌گیری: قیمت فقط یک عدد است، ارزش یک احساس است

مشتریان به خاطر قیمت نخریدن را انتخاب نمی‌کنند؛ آن‌ها زمانی

نمی‌خرند که احساس کنند پولی که می‌دهند، بیشتر از چیزی است که به دست می‌آورند. تکنیک ساندویچ قیمت، ابزاری است برای تنظیم کفه ترازو. با این تکنیک، شما وزنه‌ی ارزش (منافع) را آنقدر سنگین می‌کنید که قیمت در برابر آن ناچیز به نظر می‌رسد. از امروز، هرگز قیمت را برهنه اعلام نکنید. همیشه آن را ساندویچ کنید و ببینید چطور اعتراضات مشتریان به طرز جادویی کاهش می‌یابد.

برای یادگیری عمیق اصول متقاعدسازی بر پایه مدل‌های کلاسیک، می‌توانید مقاله هنر متقاعدسازی را مطالعه کنید.

همچنین، برای تبدیل شدن به یک استاد در اصول متقاعدسازی، می‌توانید با سری جدید دانشجویان ما در کارگاه متقاعدسازی پیشرفته همراه شوید.

برای دریافت نکات روزانه و هر تکنیک فروش تلفنی جدید، شبکه اجتماعی استاد بهزاد استقامت را دنبال کنید.