

ศิลปะการตั้งราคาแบบสวนกระแส ยิ่งขายแพง คนยิ่งอยากซื้อ

ขายดี เพราะขึ้นราคา

絶対儲かる「値上げ」のしくみ、教えます

สารบัญ

การขึ้นราคาเป็นการตัดสินใจทางธุรกิจที่ถูกต้อง	15
---	----

บทนำ

ทำไมถึงควร “ขึ้นราคา”

• เศรษฐกิจที่ตกต่ำอย่างต่อเนื่อง แบ่งตลาดออกเป็น 2 ช่วง	21
• สาเหตุแท้จริงที่ทำให้เกิดกรณีหลอกลวงผู้บริโภค	22
• เหตุผลที่บริษัทขนาดกลางและเล็ก ไม่ควรใช้กลยุทธ์ขายถูก	25
• ทำไมยูนิโคล่ถึงใช้กลยุทธ์ขายถูก	26
• ทำไม “ตุ๊กตาอินะ” ราคาแพงถึงขายดี	28
• เพราะอะไร “รถไฟฟ้าขบวน 7 ดาวในคิวชู” ของ บริษัทเจอาร์ คิวชู ถึงมียอดจองถล่มทลาย	31

- การมาถึงของอินเทอร์เน็ต
ได้พลิกโฉมหน้าตลาดไปอย่างสิ้นเชิง 34
- คำพูดที่ว่า “ต่อไปนี่จะเป็นยุคที่คนซื้อของ
ทุกอย่างทางออนไลน์” ไม่เป็นความจริง! 36
- ลูกค้านัดมาบนไม่ค่อยสนใจจะซื้อของทางออนไลน์ 37
- ซื้อของทางออนไลน์ไม่สนุก! 41
- ตอนนี้แหละคือจังหวะเหมาะ
ที่จะใช้กลยุทธ์ขายแพง 42

บทที่ 1

สิ่งแรกที่ต้องทำคือ “ขึ้นราคา”

การ “ขึ้นราคา” ต่างหาก
ที่เป็นวิธีทำธุรกิจที่ถูกต้อง

- ความเชื่อที่ว่า “การขายถูก
เป็นพันธกิจของบริษัท” 49
- การขายถูกเป็นกลยุทธ์ที่แย่มากที่สุด 50
- การขายถูกเป็นการทำลายทั้งภาคธุรกิจ 52
- ผลเสียอันดับแรกของกลยุทธ์ขายถูก
จะตกมาที่ผู้บริหาร 54

- การขึ้นราคาต่างหากที่เป็นกลยุทธ์ที่ถูกต้อง 56
- “ตัวอย่างความสำเร็จ” จะไม่ยอมเผยตัวให้เห็น 60
- ไม่ว่าจะเป็น B2B หรือ B2C
ก็ใช้กลยุทธ์ขายแพงได้ 62
- บริษัทแบบ B2B ที่ขึ้นค่าบริการถึง 10 เท่า 63
- บริษัทขนส่งที่ยิ่งปฏิเสธลูกค้ามากเท่าไร
ก็ยิ่งได้รับความไว้วางใจมากขึ้น 65
- ร้านเก่าแก่ที่ต้องให้ขายหมดเกลี้ยง
ก็ไม่ยอมขายเพิ่ม 68
- ความสำคัญของการขายในราคาที่คู่ควร 70
- สิ่งแรกที่ต้องทำคือ “ขึ้นราคา” 71

บทที่ 2

เมื่อขึ้นราคา “กลุ่มลูกค้า” จะเปลี่ยนไป

“การบริโภค” กับ “ราคา”
ความรู้พื้นฐานสำหรับกลยุทธ์ขายแพง

- ผู้บริโภค 4 ประเภท 77
- ผู้บริโภคหนึ่งคนเป็นได้ทั้งลูกค้าตลาดบน
และลูกค้าตลาดมวลชน 83

• ร้านข้าวกล่องเล็ก ๆ ที่ขาย “ข้าวกล่อง หน้าสาหร่าย” ในราคา 5,400 เยน!	84
• ราคาไม่จำเป็นต้องมีตรรกะ	87
• ความสัมพันธ์ระหว่างราคากับคุณค่า	89
• 3 ปัจจัยในการกำหนดราคา	91
• ต้นทุนการผลิตเป็นเพียงหนึ่งในปัจจัย ที่มีอยู่มากมายนับไม่ถ้วน	94
• “ราคาที่เหมาะสม” คือสิ่งที่ช่วยให้ ธุรกิจอยู่รอด	95
• “ราคาที่เหมาะสม” ต้องคำนึงถึง “ต้นทุนรวม”	96
• กำหนดราคาราคาเมงหนึ่งซาม	97
• กำหนดราคาโดยใช้ “ราคาเปรียบเทียบ”	98
• ห้ามดู “ราคาเปรียบเทียบ” แล้วลดราคา	100
• กลยุทธ์ของร้านดังที่เอาชนะ ร้านเก่าแก่ได้ด้วยราคาที่แพงกว่า	101
• “ราคาเปรียบเทียบ” สามารถนำไปใช้ได้หลายวิธี	104

บทที่ 3

ยังเพิ่ม “คุณค่า” ก็ยิ่งเพิ่ม “ราคา”

ความสำคัญของการ
“บอกเล่า” ข้อมูล

• จากแจกันใส่ร่มสู่แจกันตั้งโชว์	111
• ทำไมร้านดังในย่านกินซ่า ถึงทยอยกันล้มหายตายจากไป	113
• “คุณค่าสามัญ” กับ “คุณค่าเฉพาะตัว”	114
• “คุณค่าสามัญ” 14 อย่าง	116
• “คุณค่าเฉพาะตัว” ที่ช่วยให้ ขึ้นราคาได้ในพริบตา	118
• ถ้ารู้จักนำ “คุณค่าเฉพาะตัว” มาใช้ให้เป็นประโยชน์ การขายแพง ก็เป็นเรื่องง่ายนิดเดียว	121
• เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการด้วย “ข้อมูล”	122
• วิธีบอกเล่าข้อมูลสำหรับกลยุทธ์ขายแพง	122
• ยิ่งบอกเล่าได้ดีก็ยิ่งขายได้แพง	124

บทที่
4

ทำไมพอขึ้นราคาขนมมันจู จาก 80 เยนเป็น 250 เยน แล้วมีคนซื้อเพิ่มขึ้น

เทคนิค “ขึ้นราคา”
กับขั้นตอนการบอกเล่า “คุณค่า”

- ถ้าขึ้นราคาแล้วจะอย่างไรกับลูกค้าเก่าดี 131
- ควรขึ้นราคากับลูกค้าเก่าอย่างไร 132
- แพรนไฮส์ที่เติบโตแบบก้าวกระโดด
ด้วยการขึ้นราคา 134
- ธุรกิจทุกประเภทสามารถ
ขึ้นราคา 20-30 เปอร์เซ็นต์ได้ทุกเมื่อ 138
- จากขนมมันจูทอดราคา 80 เยน
ไปสู่ขนมมันจูทอดราคา 250 เยน 139
- ที่ขึ้นราคาไม่ได้ก็เพราะตัวผู้ขาย 141
- แบรินด์เครื่องแต่งกายสตรีที่มี
ผลประกอบการ 72 ล้านบาทต่อปี
ด้วยการขึ้นราคา 142
- กลยุทธ์ขายแพงด้วยการแตกไลน์สินค้า 145

- บริษัทรีโนเวทบ้านเพียงเจ้าเดียว
ที่ได้ผูกขาดกลุ่มลูกค้าตลาดบน 147
- ถ้ารู้จักเปลี่ยนวิธีบอกเล่า
จะขายแพงขึ้น 10 เท่าก็ยังได้ 151
- เรื่องน่าฟังที่ทำให้บริษัทรับสร้างบ้านเก่าแก่
ได้ลูกค้าเพิ่มแบบปุปปี้! 154
- กระดาษสาที่ขายหมดอย่างรวดเร็ว
แถมยังต้องสั่งซื้อล่วงหน้าถึง 5 ปี 157
- ขนาดทีมงานยังตลิ่ง! ฟูกนอนราคา
6 ล้านบาทขายได้ถึง 3 ชุด! 158

บทที่
5

เทคนิคการนำเสนอ สำหรับกลยุทธ์ขายแพง

ปิดการขายด้วยคำถาม

- ทบทวนวิธีนำเสนอที่ใช้อยู่
แล้วลองผิดลองถูกไปเรื่อย ๆ 165
- บริษัทให้คำปรึกษาด้านงานบุคคล
ที่ประสบความสำเร็จด้วยการ
ขึ้นค่าบริการ 10 เท่า! 166

• ชื่อ 1 คน ไม่ชื่อ 9 คน ถือเป็นความสำเร็จครั้งใหญ่	168
• ความตื่นเต้นของการ ขายของแพงได้เป็นครั้งแรก	169
• ปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จของการนำเสนอ คือการเสนอราคาและการต่อรองราคา	171
• เสนอราคาด้วยการ “ตั้งคำถาม”	172
• การตั้งคำถามปิดท้ายช่วยให้ลูกค้า ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น	174
• เทคนิคปิดการขายด้วยการเจรจาต่อรองราคา	175
• จะขายของที่คนอื่นขายถูก ในราคาที่แพงกว่าได้อย่างไร	177
• กลยุทธ์การขายอันน่าทึ่งของบริษัท ขายเครื่องครัวทางออนไลน์	179
• ตัวอย่างของบริษัทที่ขายแพงได้ จากการเพิ่มบริการ	183
• วิธีขึ้นราคากับลูกค้าที่ขึ้นชื่อว่ารับมือยากที่สุด!	184
• ธุรกิจแบบ B2B ก็ใช้กลยุทธ์ ขายแพงได้เหมือนกัน!	186
• บริษัทเล็กที่ใช้กลยุทธ์ขายแพงกับบริษัทใหญ่ ได้สำเร็จ เพราะมีสิทธิบัตรเป็นหลักฐาน	189



เป้าหมายของการขึ้นราคา คือ “เวลาว่าง”

ขยายธุรกิจและมุ่งสู่ชัยชนะ
โดยไม่ต้องแข่งขัน

• มุ่งสร้าง “ธุรกิจที่ไม่ต้องแข่งขัน”	199
• เพิ่มยอดขายและกำไรเพื่อดึงบริษัท ออกจาก “พื้นที่อุ้งใจ”	199
• เป้าหมายหลักของการขึ้นราคา คือเพื่อให้มี “เวลาว่าง”	201
• ใช้ความพยายามในวันนี้ เพื่อวันนี้และเพื่ออนาคต	202
• ทำเพื่ออนาคตแม้จะต้องตรึงกำไรให้เท่าเดิม	206
• ค้นหาว่าสิ่งที่จะสร้างความแตกต่าง ในอนาคตคืออะไร	208
• การเขียนอีเมลล์จดหมายข่าว ช่วยทำกำไรให้บริษัทได้จริงหรือ	210
• การพยายามเพื่ออนาคตไม่จำเป็นต้องแข่งขัน คุณจึงทำทุกอย่างได้ตามใจชอบ	212

• อะไรคือ “สิ่งที่จะสร้างความแตกต่าง อย่างมากในอนาคต” ของบริษัทคุณ	213
• บริษัทผลิตสารออร์แกนิก ที่มุ่งสู่การเป็นบริษัทระดับโลก	215
• สิ่งที่ทำในตอนนี้คือสิ่งที่สร้างอนาคตของบริษัท	217
บทส่งท้าย	221
ประวัติผู้เขียน	225