



ЧТО ПРИБЫЛЬНЕЕ – СКИДКИ ИЛИ БОНУСЫ?

Почему при продаже
предоставлять бонус
клиенту выгоднее,
чем скидку?

Разберемся с точки зрения размера прибыли без учета общей ситуации на рынке, положения с товарным запасом, поведения конкурентов, насколько выгоднее стимулировать клиента бонусами, чем скидками. Также вы сможете увидеть, почему в тех ситуациях, когда, например, 25-процентная скидка приводит к убытку, бонус такого же размера позволяет получать прибыль.



Сергей ДУБОВИК,

директор тренингового центра «Больше», бизнес-тренер практик, www.sdubovik.ru

Опыт работы в обучении – 16 лет. Личный профессиональный опыт работы в закупках, продажах, маркетинге с 1996 года



Предположим, что себестоимость продаваемого вами товара 1000 рублей. Вы продаете его по цене 1300 рублей. Таким образом, наценка составляет 30% или 300 рублей (Таблица 1).

Таблица 1

Исходные данные			
Себе-стоимость, руб.	Продажа, руб.	Прибыль, руб.	Наценка
1000	1300	300	30%

Случай предоставления скидки 10%

Вы предоставляете клиенту скидку 10% – это 130 рублей. Таким образом, ваша прибыль снижается до 170 рублей, то есть на 43% относительно первоначального значения.

Теперь ваша наценка – это 17% (Таблица 12).

Таблица 2

Исходные данные				Скидки		
Себе-стоимость, руб.	Продажа, руб.	Прибыль, руб.	Наценка	Скидка	Прибыль одной продажи, руб.	Наценка
1000	1300	300	30%	10%	170	17%

Случай предоставления бонуса 10%

В отличие от скидки бонус (баллы, мили, спасибо) предоставляется при приобретении товара, но может быть использован только при следующей покупке. Рассмотрим модель, в которой бонусы можно либо копить, либо тратить. То есть в случае, если клиент выбирает тратить бонусы, за эту покупку ему их не начисляют.

Предположим, что клиент купил товар за 1300 рублей и получил бонус 10%. Клиенту будет начислено 130 бонусов, при этом никаких дополнительных трат не будет (Таблица 3).

Таблица 3

Исходные данные				Бонусы				
Себе-стоимость, руб.	Продажа, руб.	Прибыль, руб.	Наценка	Бонус	Бонус, руб.	1-я покупка - начислено		
						Прибыль, руб.	Наценка	Фактич. скидка
1000	1300	300	30%	10%	130	300	30%	0%

При втором приобретении клиент купит товар за рубли и бонусы, потратив 1170 рублей и 130 бонусов. В таком случае клиент потратит на две покупки 1300 + 1170 рублей и 130 бонусов за товары стоимостью 2600 рублей (Таблица 4).

Итого скидка клиента при второй покупке составила:

$$(2600 - 1300 - 1170) / 2600 = 0,05 = 5\%$$

Таблица 4

Исходные данные				Бонусы				
Себе-стоимость, руб.	Продажа, руб.	Прибыль, руб.	Наценка	Бонус	Бонус, руб.	2-я покупка - потрачено		
						Прибыль, руб.	Наценка	Фактич. скидка
1000	1300	300	30%	10%	130	470	24%	5%

Статистика говорит о том, что при наличии бонусов, которыми покупатель может рассчитаться, средняя сумма повторной покупки будет выше, тогда размер фактической скидки будет меньше.

Если клиент совершит третью покупку на сумму 1300 рублей и вновь получит бонус 10%, ему будет начислено еще 130 бонусов, которые он сможет потратить при четвертой покупке (Таблица 5).

Итого скидка клиента при третьей покупке составила:

$$(3900 - 1300 - 1170 - 1300) / 3900 = 0,0333 = 3,33\%$$

Таблица 5

Исходные данные				Бонусы				
Себе-стоимость, руб.	Продажа, руб.	Прибыль, руб.	Наценка	Бонус	Бонус, руб.	3-я покупка - начислено		
						Прибыль, руб.	Наценка	Фактич. скидка
1000	1300	300	30%	10%	260	770	26%	3,3%

При четвертом приобретении клиент купит товар за рубли и бонусы, потратив уже 5200 рублей и 260 бонусов (Таблица 6).

Итого скидка клиента при четвертой покупке составила:

$$(5200 - 1300 - 1170 - 1300 - 1170) / 5200 = 0,05 = 5\%$$

Таблица 6

Исходные данные				Бонусы				
Себе-стоимость, руб.	Продажа, руб.	Прибыль, руб.	Наценка	Бонус	Бонус, руб.	4-я покупка - потрачено		
						Прибыль, руб.	Наценка	Фактич. скидка
1000	1300	300	30%	10%	260	940	24%	5%



При пятой покупке клиент заплатит за товар 6500 рублей и прибавит себе на шестую покупку 130 бонусов (Таблица 7).

Итого скидка клиента при пятой покупке будет:

$$(6500 - 1300 - 1170 - 1300 - 1170 - 1300) / 6500 = 0,04 = 4\%$$

Таблица 7

Исходные данные				Бонусы				
Себе-стоимость, руб.	Продажа, руб.	Прибыль, руб.	Наценка	Бонус	Бонус, руб.	5-я покупка - начислено		
						Прибыль, руб.	Наценка	Фактич. скидка
1000	1300	300	30%	10%	390	1240	24,8%	4,0%

Далее с каждой нечетной покупкой итоговая скидка будет плавно увеличиваться. Например, для седьмой покупки она составит 4,3% (Таблица 8).

Таблица 8

Исходные данные				Бонусы				
Себе-стоимость, руб.	Продажа, руб.	Прибыль, руб.	Наценка	Бонус	Бонус, руб.	7-я покупка - начислено		
						Прибыль, руб.	Наценка	Фактич. скидка
1000	1300	300	30%	10%	520	1710	24%	4,3%

После седьмой покупки в случае 10-процентного бонуса прибыль составит 1710 рублей. Если бы мы просто давали 10% скидки от покупки, прибыль была бы: $170 \times 7 = 1190$ рублей.

Значит, в этом примере благодаря бонусной программе вы заработали на 44% больше (Таблица 9).

ВЫВОД: с точки зрения математики прибыли предоставление 10-процентного бонуса клиенту при такой наценке почти в 1,5 раза выгоднее, чем скидки в 10%.

Для других значений наценки на продукцию я подготовил для вас таблицу, которая отвечает на вопрос: какова разница в прибыльности между скидками и бонусами (Таблица 10).

Вы можете воспользоваться файлом Excel, который при введении трех значений:

- себестоимость,
- цена продажи,
- размер скидки.

Рассчитает для вас автоматически сравнение выгоды предоставления бонуса и скидки.

Скачать файл вы можете здесь:

<http://sdubovik.ru/materials/chto-vygodnee-bonusy-ili-skidki>

Еще раз хочу обратить внимание, что в приведенных расчетах использовалась наиболее частая модель использования бонусов: при покупке бонусы либо копятся, либо списываются.

Впечатляющих вам результатов! 



Таблица 9

Исходные данные		Скидки				Бонусы														
Себестоимость, руб.	Продажа, руб.	Прибыль, руб.	Наценка	Скидка	Прибыль одной продажи, руб.	Наценка	Бонус	1-я покупка - начислено		2-я покупка - потрачено		3-я покупка - начислено		7-я покупка - начислено						
								Прибыль, руб.	Наценка	Прибыль, руб.	Наценка	Прибыль, руб.	Наценка	Прибыль, руб.	Наценка					
1000	1300	300	30%	10%	170	17%	10%	130	300	30%	0%	470	24%	5%	770	26%	3%	1710	24%	4%
					Прибыль в случае предоставления скидки, руб.															
					Разница в прибыли между бонусом и скидкой, руб.															
					Разница в прибыли между бонусом и скидкой, %															
					170			170			340			510				1190		
					130			130			130			260				520		
					76%			76%			38%			51%				44%		

Таблица 10. Сравнение прибыльности после предоставления одинакового размера скидки и бонуса

Исходные данные		Скидки				Бонусы																	
Себестоимость, руб.	Продажа, руб.	Прибыль, руб.	Наценка	Скидка	Прибыль одной продажи, руб.	Наценка	Бонус	1-я покупка - начислено		2-я покупка - потрачено		3-я покупка - начислено		4-я покупка - потрачено		7-я покупка - начислено							
								Прибыль, руб.	Наценка	Прибыль, руб.	Наценка	Прибыль, руб.	Наценка	Прибыль, руб.	Наценка	Прибыль, руб.	Наценка	Прибыль, руб.	Наценка				
					140	14%	5%	60	200	20%	0%	340	17%	3%	540	18%	2%	680	17%	3%	1220	17%	2%
					116	12%	7%	84	200	20%	0%	316	16%	4%	516	17%	2%	632	16%	4%	1148	16%	3%
1000	1200	200	20%	10%	80	8%	10%	120	200	20%	0%	280	14%	5%	480	16%	3%	560	14%	5%	1040	15%	4%
					20	2%	15%	180	200	20%	0%	220	11%	8%	420	14%	5%	440	11%	8%	860	12%	6%
					-40	-4%	20%	240	200	20%	0%	160	8%	10%	360	12%	7%	320	8%	10%	680	10%	9%
					188	19%	5%	63	250	25%	0%	438	22%	3%	688	23%	2%	875	22%	3%	1563	22%	2%
					163	16%	7%	88	250	25%	0%	413	21%	4%	663	22%	2%	825	21%	4%	1488	21%	3%
1000	1250	250	25%	10%	125	13%	10%	125	250	25%	0%	375	19%	5%	625	21%	3%	750	19%	5%	1375	20%	4%
					63	6%	15%	188	250	25%	0%	313	16%	8%	563	19%	5%	625	16%	8%	1188	17%	6%
					0	0%	20%	250	250	25%	0%	250	13%	10%	500	17%	7%	500	13%	10%	1000	14%	9%
					235	24%	5%	65	300	30%	0%	535	27%	3%	835	28%	2%	1070	27%	3%	1905	27%	2%
					209	21%	7%	91	300	30%	0%	509	25%	4%	809	27%	2%	1018	25%	4%	1827	26%	3%
1000	1300	300	30%	10%	170	17%	10%	130	300	30%	0%	470	24%	5%	770	26%	3%	940	24%	5%	1710	24%	4%
					105	11%	15%	195	300	30%	0%	405	20%	8%	705	24%	5%	810	20%	8%	1515	22%	6%
					40	4%	20%	260	300	30%	0%	340	17%	10%	640	21%	7%	680	17%	10%	1320	19%	9%
					425	43%	5%	75	500	50%	0%	925	46%	3%	1425	48%	2%	1850	46%	3%	3275	47%	2%
					395	40%	7%	105	500	50%	0%	895	45%	4%	1395	47%	2%	1790	45%	4%	3185	46%	3%
1000	1500	500	50%	10%	350	35%	10%	150	500	50%	0%	850	43%	5%	1350	45%	3%	1700	43%	5%	3050	44%	4%
					275	28%	15%	225	500	50%	0%	775	39%	8%	1275	43%	5%	1550	39%	8%	2825	40%	6%
					200	20%	20%	300	500	50%	0%	700	35%	10%	1200	40%	7%	1400	35%	10%	2600	37%	9%
					900	90%	5%	100	1000	100%	0%	1900	95%	3%	2900	97%	2%	3800	95%	3%	6700	96%	2%
					860	86%	7%	140	1000	100%	0%	1860	93%	4%	2860	95%	2%	3720	93%	4%	6580	94%	3%
1000	2000	1000	100%	10%	800	80%	10%	200	1000	100%	0%	1800	90%	5%	2800	93%	3%	3600	90%	5%	6400	91%	4%
					700	70%	15%	300	1000	100%	0%	1700	85%	8%	2700	90%	5%	3400	85%	8%	6100	87%	6%
					600	60%	20%	400	1000	100%	0%	1600	80%	10%	2600	87%	7%	3200	80%	10%	5800	83%	9%