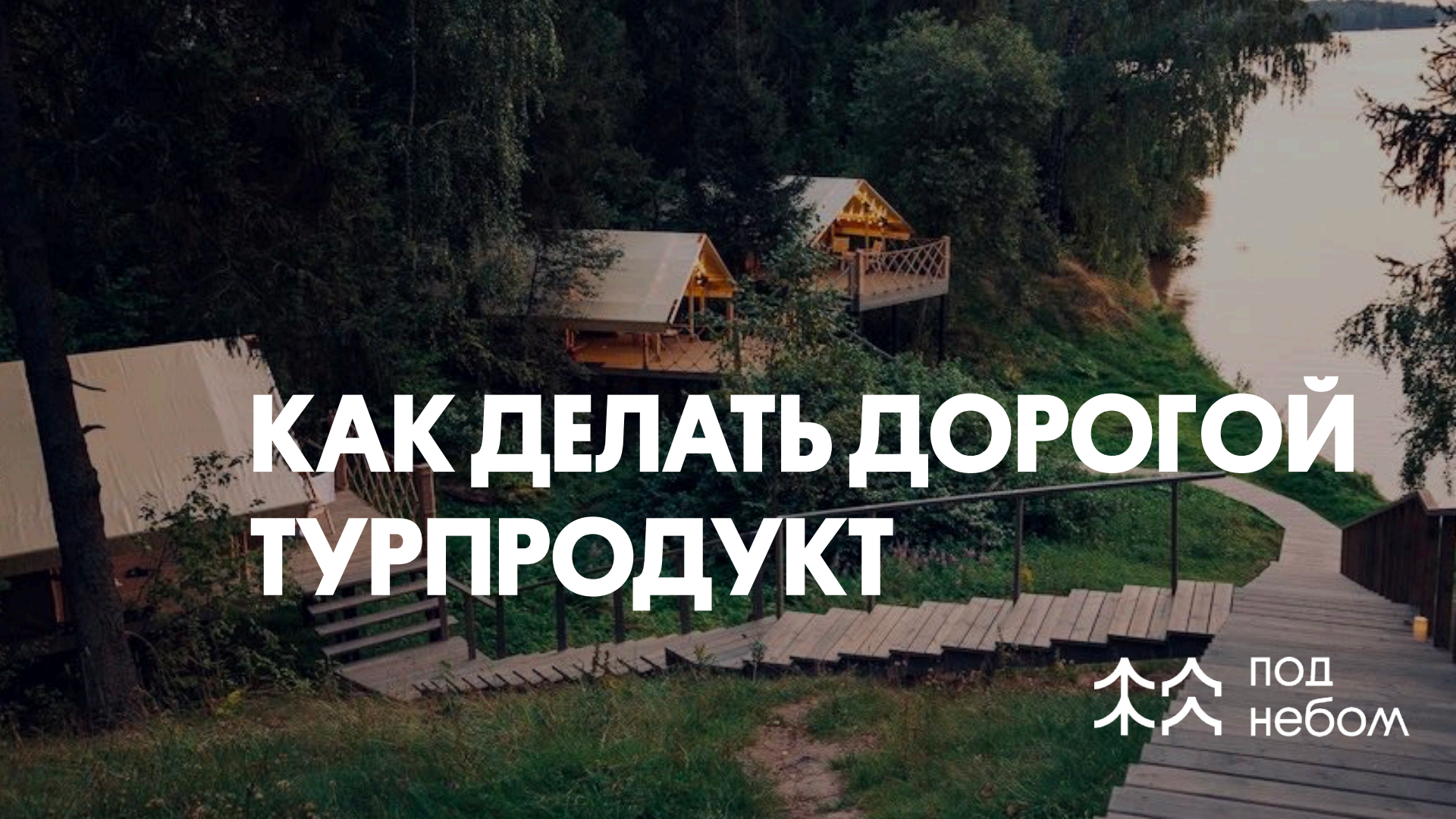


КАК ДЕЛАТЬ ДОРОГОЙ ТУРПРОДУКТ

под небом

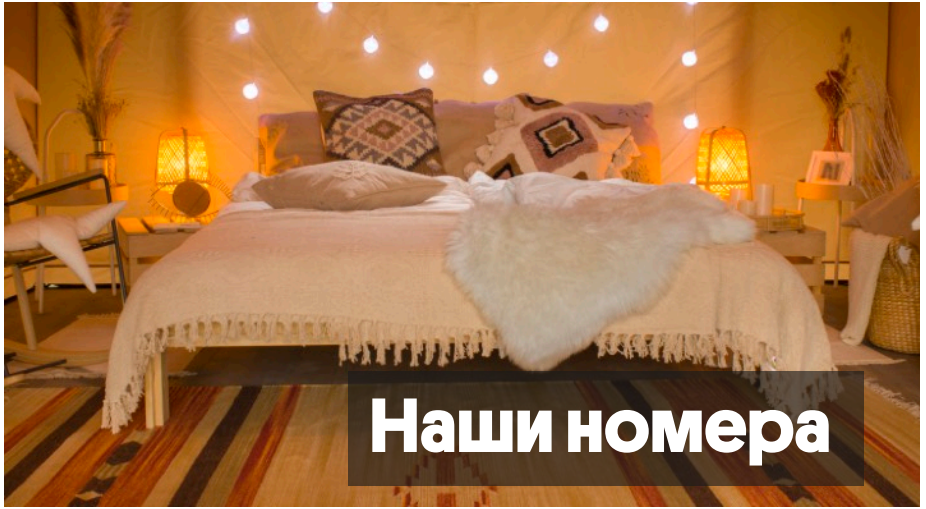
Кто мы такие

1. Делаем **сеть глэмпингов** в самых красивых местах страны

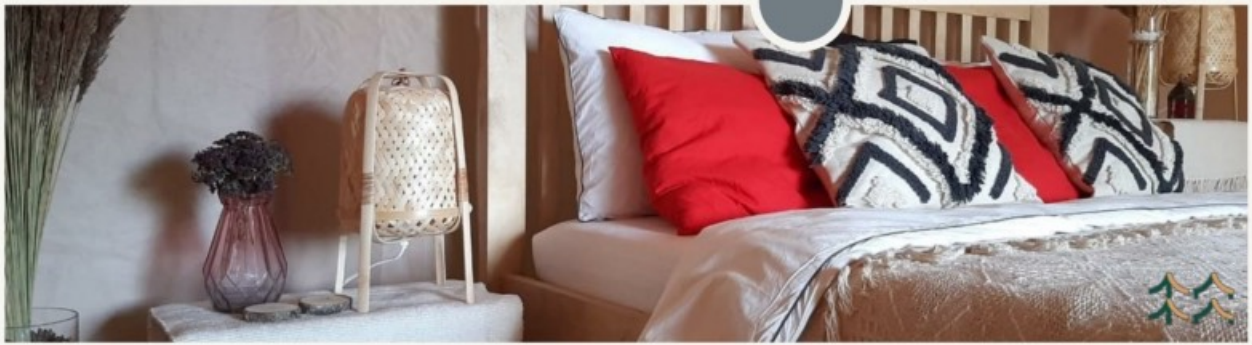
2. Пилотный проект - летом 2020 года в Подмосковье. **8 недель** от идеи **до первых гостей**

3. Средняя цена за номероночь 35 000 рублей

под
небом


Наши номера

под
небом



Espresso & Cappuccino Stile di Vita Italiano

под
небом

КАК ЛЮДИ ПРИНИМАЮТ РЕШЕНИЕ О ПОКУПКЕ?

ЧТО ВАЖНО ПОНИМАТЬ

1. Чтобы сделка состоялась **ценность** должна быть **больше цены**
2. Цена и ценность **нематериальны**
3. Чтобы продавать дорого - надо снижать нематериальную цену и поднимать ценность
4. То, что формирует ценность часто может не иметь себестоимости

КАК СФОРМИРОВАТЬ ЦЕННОСТЬ?

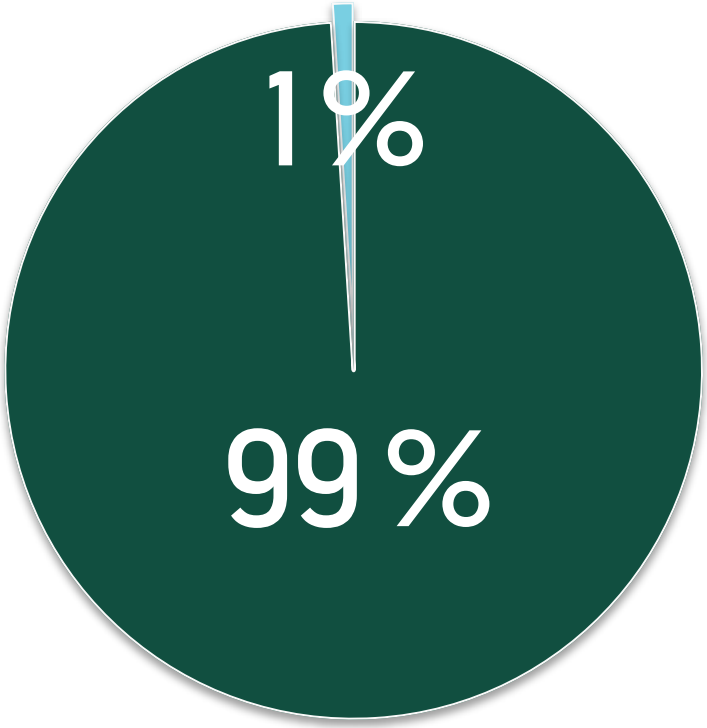
ПОНЯТЬ, ЗАЧЕМ ЛЮДИ ПРИЕЗЖАЮТ

ФРЕЙМВОРК JOBS TO BE DONE

1. Люди «нанимают» ваш продукт чтобы выполнить какую-то «работу»

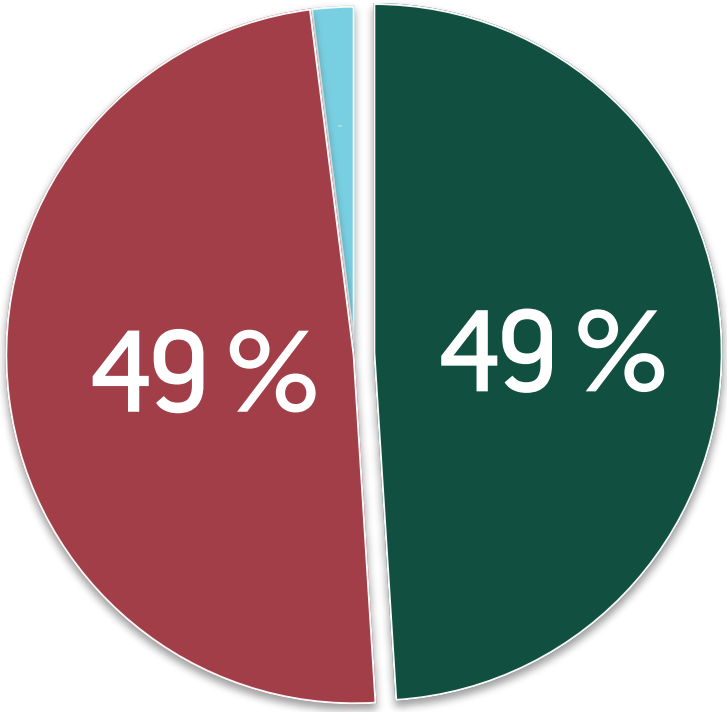
2. Продукты выполняют разную «работу» в разных контекстах

Наша гипотеза до старта



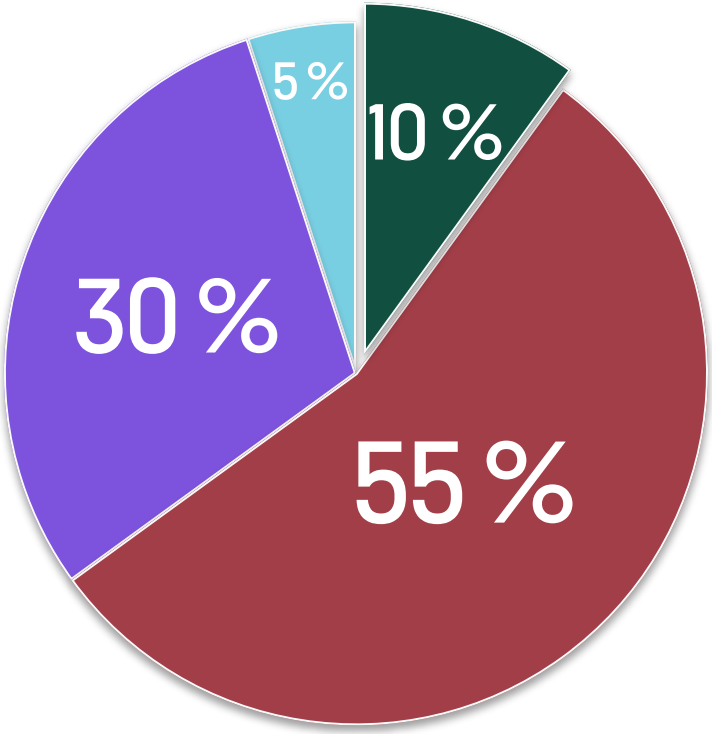
- Кататься на вейке с проживанием
- Другие причины

Через неделю после старта



- Кататься на вейке с проживанием
- Лучшие романтические выходные
- Другие причины

Через месяц...



- Корпоративное мероприятие для топ - менеджмента
- Лучшие романтические выходные
- С детьми в лес, но безопасно и комфортно
- Другие причины

ЗАЧЕМ ЕХАТЬ НА ООПТ?

Побыть без толп людей

Статусное достижение

Лежать на пляже

Испытать себя

Удовлетворить духовные потребности

Посмотреть на красивое

Получить впечатления

Показать детям природу

Сделать красивые фото для соцсетей

Привести в порядок психику

Провести «медовый месяц»

Развлечься в путешествии

Поправить здоровье

Увидеть редкое животное

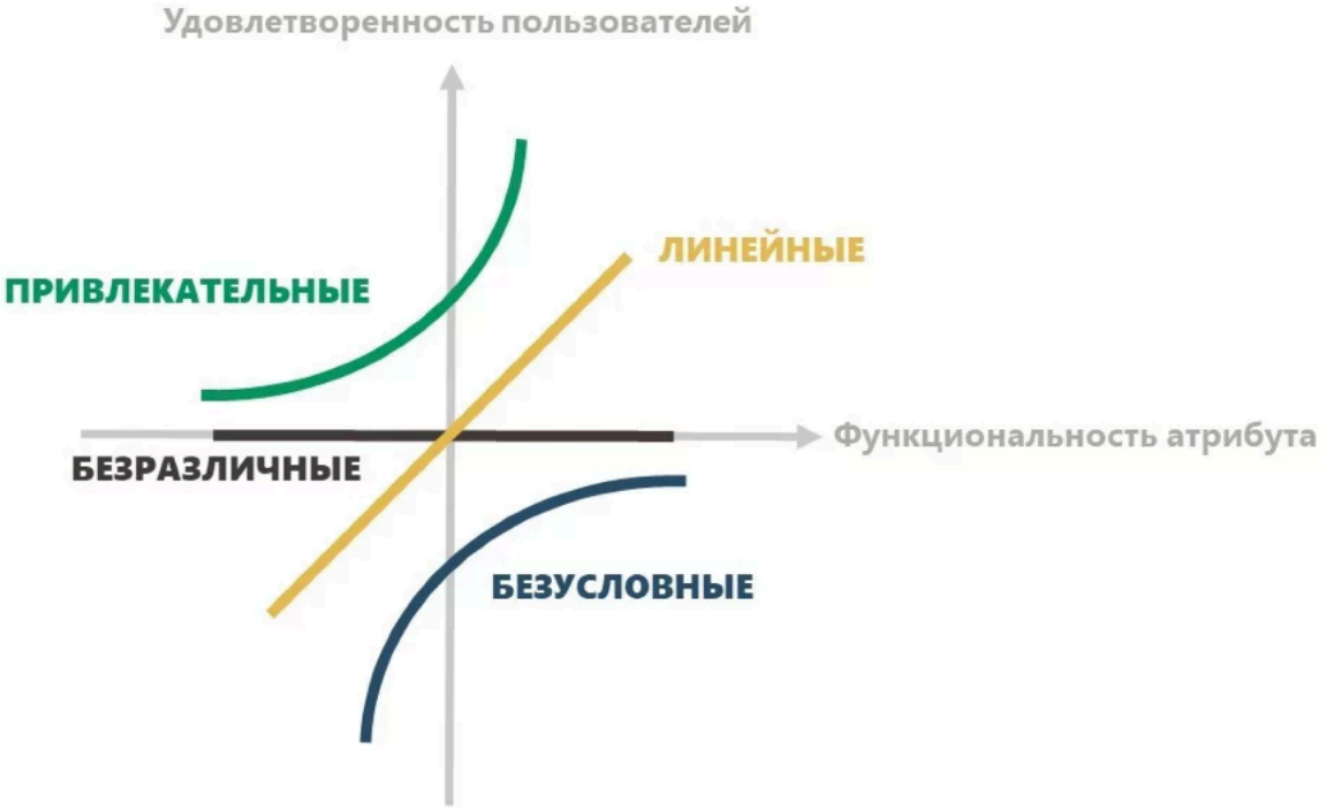
Поставить «чекпойнт» - «Я тут был»

СФОРМИРОВАТЬ ПРОДУКТОВОЕ НАПОЛНЕНИЕ

1. ГДЕ Я БУДУ ЖИТЬ?
2. ЧТО Я БУДУ ЕСТЬ?
3. ЧЕМ Я БУДУ ЗАНИМАТЬСЯ?
4. КАК Я БУДУ ДОБИРАТЬСЯ?
5. Я БУДУ В БЕЗОПАСНОСТИ?

под небом

МОДЕЛЬ КАНО


Удовлетворенность пользователей
ЛИНЕЙНЫЕ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ
Функциональность атрибута
БЕЗРАЗЛИЧНЫЕ
БЕЗУСЛОВНЫЕ

ЧТО ВАЖНО ПОНИМАТЬ

под небом

Безусловные — просто должны быть

Привлекательные - формируют впечатление и ценность. Чем лучше - тем больше ценности. Но можно и без них.

Для разных JTBD атрибуты будут работать по разному

Дорогой продукт можно сделать по себестоимости дешевого

СРАВНИТЕ ЦЕНУ И СЕБЕСТОИМОСТЬ

под небом

СРАВНИТЕ ЦЕНУ И СЕБЕСТОИМОСТЬ

ГЛАВНЫЙ СЕКРЕТ УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ ПО БОЛЬШИМ ЦЕНАМ

НЕ БОЯТЬСЯ

ЧТО ВАЖНО ПОНИМАТЬ

1. В восприятии покупателей высокая цена МОЖЕТ БЫТЬ свидетельством качества

2. В туризме спрос эластичен по цене.

ЦЕННОСТЬ НАДО ПРОКОММУНИЦИРОВАТЬ

А ВЫСОКУЮ ЦЕНУ — ОБЪЯСНИТЬ

РЫНОК*КАНАЛ* ОХВАТ*ЛИДЫ*КОНВЕРСИЯ*СР.ЧЕК

под небом

ДАВАЙТЕ ДЕЛАТЬ КРУТЫЕ ПРОЕКТЫ ВМЕСТЕ!

Сергей Петров

СЕО «Под небом»

+7 (926) 735—73—96

sergey@podnebom.camp

@SPTRV

https://podnebom.camp