

# Mini-guía para definir los precios de un servicio



---

#1

# **Analiza los costes de tu producto/servicio**

Ten en cuenta todos los costes que conlleva el desarrollo de tu servicio, tanto los fijos como los variables. No olvides añadir a los costes fijos los salarios, el alquiler, el consumo de electricidad, la telefonía, etc.



---

# 2

# Investiga los precios de tu compra

Busca el precio de mercado de servicios similares o sustitutivos del tuyo. Sin embargo, ten en cuenta que si el servicio no tiene la misma calidad no tiene por qué tener el mismo precio, pero te servirá de referencia.



---

# 3

# Considera el valor añadido y las ventajas de tu servicio

A medida que tu producto o servicio adquiera mayor valor, un carácter único, tendrás más libertad para fijar un precio más alto y prestigioso que te diferencie de tus competidores.



---

# 4

# Conoce en profundidad a tu buyer-persona

Tienes que tener claro quién te va a comprar para establecer un precio de mercado que estén dispuestos a pagar por tu servicio.



---

# 5

# Elige una estrategia de precios para entrar en el mercado

Recuerda que existen diferentes estrategias de precios: precios de prestigio, precios de penetración, precios de descremado, precios psicológicos, etc.



# Resumen

- 01** Analiza a fondo tus costes.
- 02** Investiga la competencia directa.
- 03** Considera el valor añadido que aportas.
- 04** Conoce bien a tu buyer-persona.
- 05** Escoge una estrategia de precios.



# ¿Ha sido útil?

- ♥ Dale like a esta publicación.
- Deja un comentario.
- Comparte con quien le pueda ser útil.

**+(376) 806 650**

**im.andorra@igmasa.com**