

COMO COBRAR O JUSTO SEM PERDER CLIENTES

Precificar é o desafio de encontrar o preço certo e cobrar o que valoriza você e seu cliente.



Precificar é uma das tarefas mais delicadas para quem empreende.

Cobrar muito pode espantar clientes; cobrar pouco pode desvalorizar seu trabalho e até levar o negócio à falência.

Se você já se perguntou
“Quanto vale o que eu faço? ”
ou ficou na dúvida entre agradar o cliente e garantir seu lucro,
esse e-book é para você.





Aqui, vamos descomplicar a arte de precificar, trazendo técnicas práticas pensadas para pequenos negócios — do artesão ao dono de uma lojinha, do prestador de serviços ao vendedor online.

Nosso foco é encontrar o preço justo, aquele que reflete o valor do seu trabalho e ainda faz o cliente sentir que fez um bom negócio.

Prepare-se para descobrir como cobrar o que é justo sem perder clientes — e, de quebra, fortalecer seu negócio.

ENTENDENDO A PERCEPÇÃO DE VALOR

Antes de colocar um preço, pergunte: o que seu cliente vê de especial no que você oferece? A percepção de valor é o que faz alguém pagar R\$ 20 por um bolo caseiro em vez de R\$ 5 por um industrializado.

Não é só o custo da farinha ou do forno — é o carinho na receita, os melhores ingredientes, o sabor único ou a entrega na porta de casa.



Para pequenos negócios, isso é ouro: você não compete com grandes empresas só no preço, mas no que entrega de diferente.

EXEMPLO PRÁTICO

Imagine que você faz biojoias no Amazonas.

Seu cliente não paga só pelo material (ex.: sementes e cordão), mas pela história por trás — um produto sustentável, feito à mão, que carrega a cultura do Amazonas.

Se ele percebe esse valor, aceita um preço maior sem hesitar.

Dica inicial: liste 3 coisas que tornam seu produto ou serviço especial. Isso é o coração da sua precificação.





TÉCNICAS PRÁTICAS DE PRECIFICAÇÃO PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

Agora que você entende o valor, vamos às técnicas.

Aqui estão 4 abordagens simples e adaptadas para quem empreende com poucos recursos:



ABORDAGEM 1: custo + margem com toque de valor



- **Como fazer:** some todos os custos (matéria-prima, tempo, energia) e adicione uma margem de lucro (ex.: 30% a 50%). Depois, ajuste com base no valor percebido.
- **Exemplo:** uma costureira gasta R\$ 20 em tecido e 2 horas (R\$ 15/hora) para fazer uma bolsa. Custo: R\$ 50. Com 40% de lucro, seria R\$ 70. Mas se ela usa um tecido reciclado e destaca o “feito à mão sustentável”, pode cobrar R\$ 90 sem assustar o cliente.

Boa para negócios que querem segurança nos números sem ignorar o diferencial.

ABORDAGEM 2: preço baseado na concorrência local



- **Como fazer:** pesquise o que outros cobram na sua região por algo parecido e posicione-se de forma estratégica — um pouco acima (se oferece mais) ou abaixo (se quer atrair volume).
- **Exemplo:** um mototáxi em Manaus cobra R\$ 10 por corrida de 5 km. Você, com um app de transporte, oferece ar-condicionado e segurança extra. Pode cobrar R\$ 15 e justificar o valor.

Boa para quem atua em mercados disputados e precisa se destacar.

ABORDAGEM 3: pacotes ou níveis de serviço



- **Como fazer:** ofereça opções com preços diferentes (básico, médio, premium) para atender públicos variados e aumentar a percepção de escolha.
- **Exemplo:** um fotógrafo pode cobrar R\$ 200 por 10 fotos digitais, R\$ 350 por 20 fotos + edição, e R\$ 500 por um álbum físico.

O cliente vê valor em cada nível e não “foge” do preço.

Boa para prestadores de serviço ou negócios com flexibilidade na entrega.

ABORDAGEM 4: preço psicológico



- **Como fazer:** use valores que parecem mais atrativos (ex.: R\$ 19,90 em vez de R\$ 20) ou destaque o custo por benefício (ex.: “R\$ 1 por dia para aprender marketing”).
- **Exemplo:** um curso online de R\$ 97 soa mais acessível que R\$ 100, mesmo sendo quase igual.

O cliente foca no “menos de 100”.

Boa para vendedores online e negócios que dependem de impulso.



COMO NÃO PERDER CLIENTES AO COBRAR O JUSTO

Cobrar mais ou ajustar preços pode gerar medo de perder vendas, **mas o segredo está na comunicação:**



Explique o valor: mostre o que o cliente ganha. “Esse bolo leva 3 horas para ficar perfeito” ou “Seu transporte inclui rastreamento em tempo real” justificam o preço.

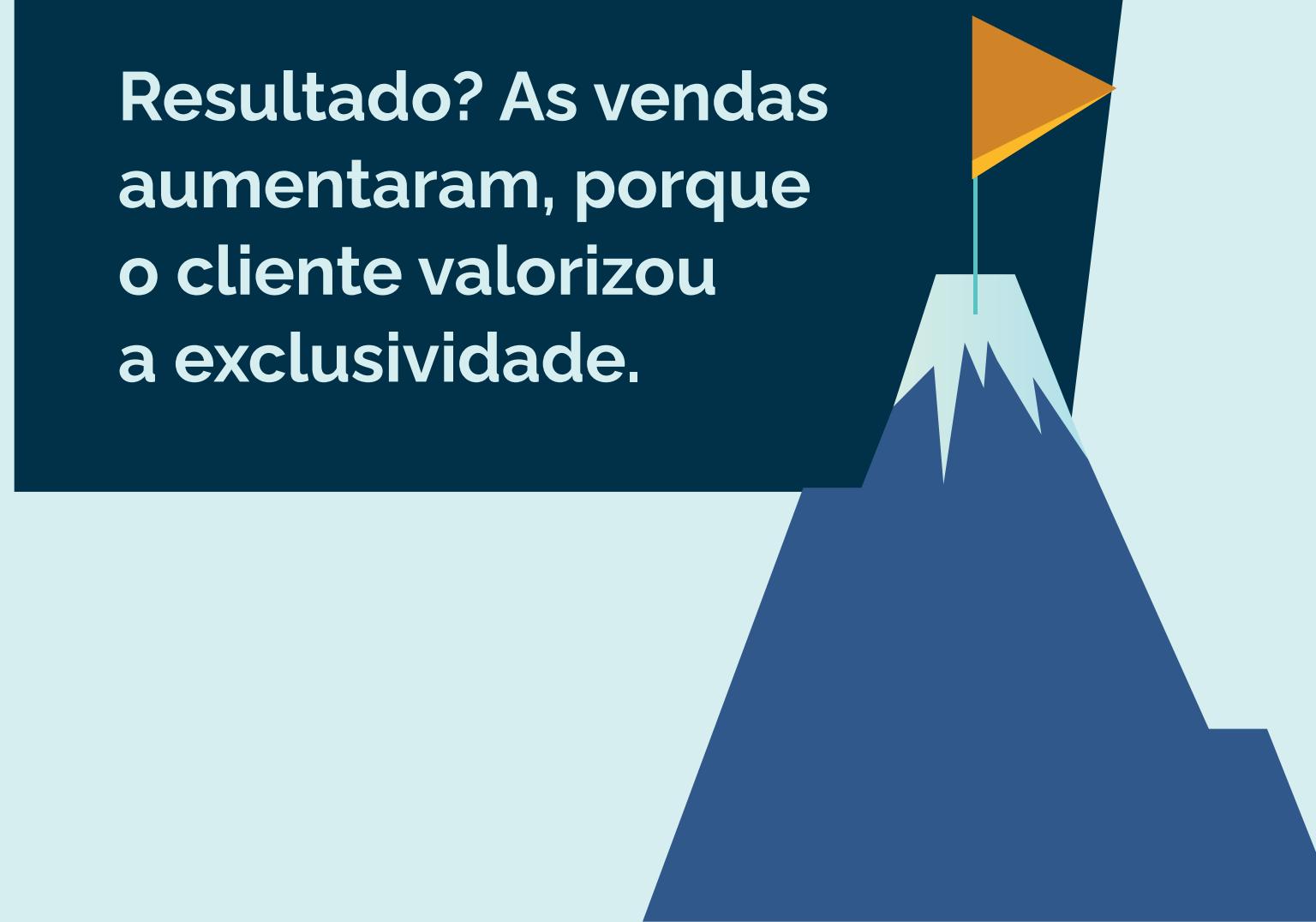
- **Teste aos poucos:** suba o valor em pequenas doses e veja a reação.

SE NINGUÉM RECLAMA, VOCÊ ESTAVA COBRANDO POUCO!

- **Ofereça algo extra:** um brinde (ex.: um chaveiro com a biojoia) ou um desconto na próxima compra faz o cliente sentir que ganhou, não perdeu.

Exemplo real: uma artesã de Manaus vendia brincos por R\$ 15 e subiu para R\$ 25, explicando nas redes sociais que usava sementes colhidas à mão.

Resultado? As vendas aumentaram, porque o cliente valorizou a exclusividade.

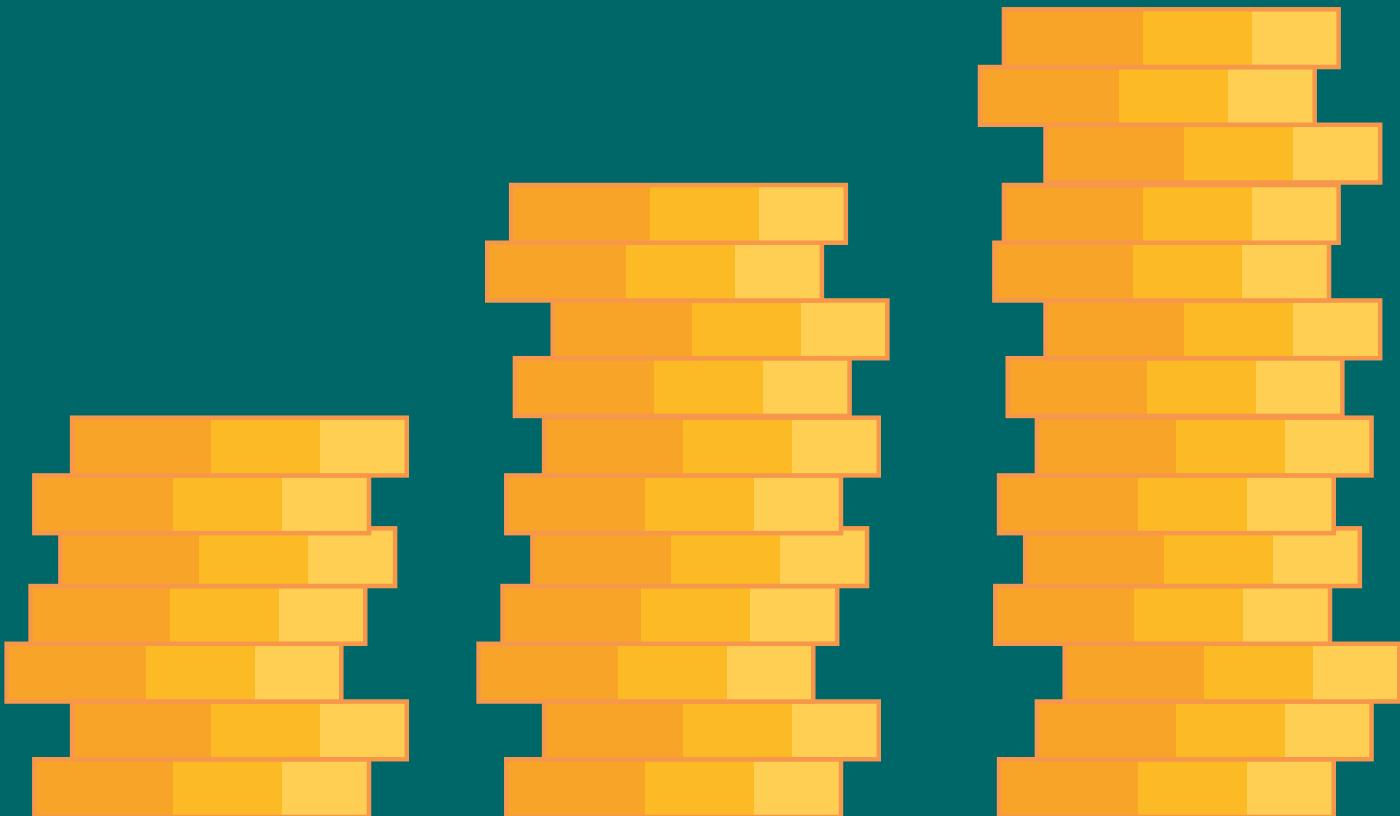


ENTENDENDO A PERCEPÇÃO DE VALOR

Precificar é uma arte que mistura números e emoção. Para pequenos negócios, o foco na percepção de valor é o que transforma um “caro” em um “vale cada centavo”.

Comece entendendo o que você oferece de especial, aplique uma técnica que faça sentido para seu dia a dia e comunique isso com clareza.

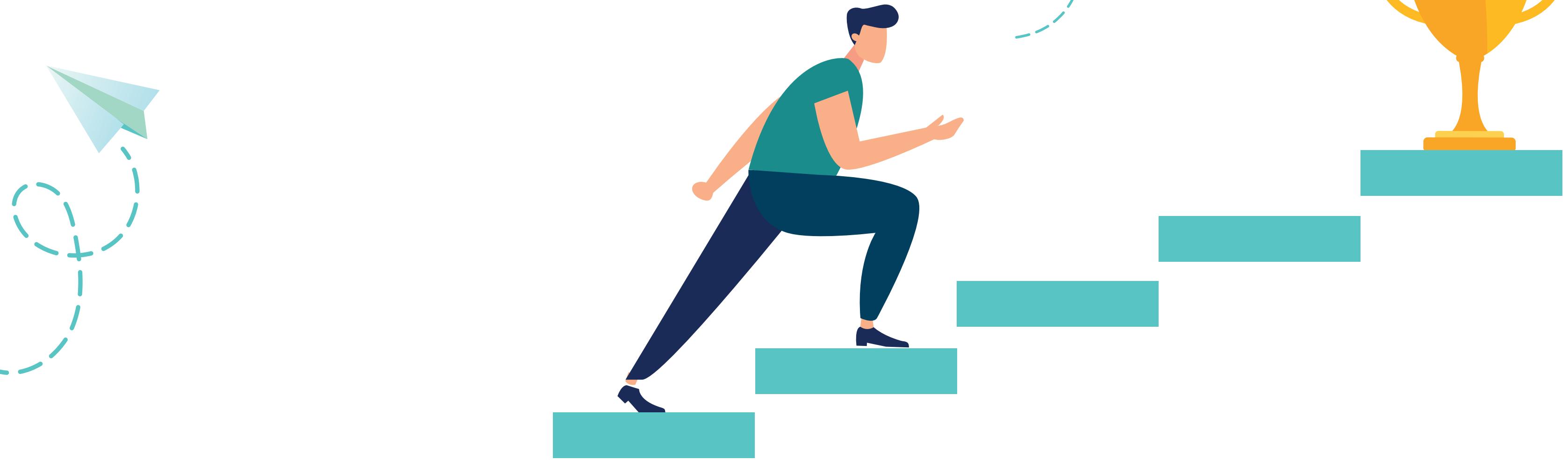
Assim, você cobra o justo, mantém os clientes felizes e constrói um negócio que prospera — sem medo de colocar preço no seu talento.



Próximo passo:

Pegue uma caneta e calcule o preço de um produto ou serviço seu com base no que aprendeu aqui.

O resultado pode surpreender.





QUER SABER MAIS
Central de Relacionamentos
0800 570 0800
www.sebrae.com.br

