

QUÀ TẶNG TỪ KÊNH XÂY MARKETING X PHƯƠNG BUILDER

MẪU BẢNG GIÁ 3 GÓI VÀ CÁCH TRÌNH BÀY

Để khách so giá trị, không so con số

Từ khoá: BẢNG GIÁ

1 NGUYÊN TẮC ĐỊNH GIÁ THEO GIÁ TRỊ

- ☐ Tính GIÁ SÀN trước (phần 2). Không gói nào được bán dưới giá sàn, kể cả khi khuyến mãi.
- ☐ Gói giữa là gói anh/chị muốn bán nhiều nhất. Gói thấp để khách dễ bắt đầu, gói cao để gói giữa trông hợp lý.
- ☐ Mỗi gói khác nhau ở GIÁ TRỊ khách nhận (thăm khám, thời lượng, hồ sơ, bài tập), không chỉ khác thời gian.
- ☐ Khi muốn khuyến mãi: tặng thêm giá trị (ngâm chân, trà, buổi tái khám) thay vì giảm giá.
- ☐ Mọi con số trong file là VÍ DỤ. Anh/chị thay bằng chi phí và giá thật của spa mình.

2 TÍNH GIÁ SÀN CHO MỘT BUỔI 90 PHÚT (SỐ VÍ DỤ)

Khoản chi	Cách tính	Ví dụ
Tiền tua kỹ thuật viên	Theo cơ chế lương	60.000đ
Nguyên liệu (thảo dược, tinh dầu, khăn giặt, trà)	Cộng theo buổi	35.000đ
Chi phí cố định (thuê, điện nước, lương cứng) chia theo giờ giường	Tổng chi phí cố định tháng / số giờ giường có khách	90.000đ
Marketing phân bổ	Chi phí marketing tháng / số buổi tháng	30.000đ
Giá vốn một buổi	Cộng 4 dòng trên	215.000đ
Giá sàn (giá vốn + 30% lợi nhuận tối thiểu)	$215.000 \times 1,3$	khoảng 280.000đ

3 MẪU BẢNG GIÁ 3 GÓI

Ghi chú dưới bảng: 'Mỗi người cảm nhận khác nhau tùy cơ địa. Khách có bệnh lý nên khám chuyên khoa trước.'

	Gói Cơ bản	Gói Tiêu chuẩn (được chọn nhiều)	Gói Chuyên sâu
Dành cho	Người muốn thử, thư giãn cuối tuần	Người hay mỏi vai gáy, lưng, khó ngủ	Người muốn theo đuổi lộ trình, theo dõi thay đổi
Thời lượng	60 phút	90 phút	10 buổi x 90 phút
Thăm khám, hỏi tình trạng	Hỏi nhanh	10 phút, có phiếu hồ sơ	Có, xem lại hồ sơ ở buổi 4 và buổi 10
Xoa bóp bấm huyệt	Toàn thân nhẹ	Tập trung vùng khó chịu	Tập trung vùng khó chịu, điều chỉnh theo từng buổi
Ngâm chân thảo dược + trà	-	Có	Có
Bài tập tại nhà	-	-	Có, kèm video hướng dẫn
Giá ví dụ	299.000đ	450.000đ	3.900.000đ (390.000đ/buổi)

4 CÁCH TRÌNH BÀY TRÊN MENU, FANPAGE, ZALO

- ☐ Đặt 3 gói cạnh nhau, gói giữa to hơn, có viền màu và nhãn 'Được chọn nhiều'.
- ☐ Dòng đầu mỗi gói là 'Dành cho ai', không phải tên dịch vụ.
- ☐ Giá viết gọn (450K), đặt cuối cột, cỡ chữ bằng nội dung - không để con số là thứ to nhất.
- ☐ Gói chuyên sâu ghi thêm giá mỗi buổi để khách tự thấy lợi hơn khi đi đủ lộ trình.
- ☐ Ảnh minh họa: không gian, dụng cụ, thảo dược. Không dùng ảnh trước sau.
- ☐ Bảng giá trên Fanpage và tại quầy phải giống nhau.

5 CÂU GIỚI THIỆU BẢNG GIÁ TẠI QUẦY

'Dạ bên em có 3 gói. Gói cơ bản 60 phút cho người muốn thư giãn. Gói tiêu chuẩn 90 phút có 10 phút thăm khám và ngâm chân thảo dược, đa số khách hay mỏi vai gáy như chị chọn gói này. Còn gói chuyên sâu 10 buổi dành cho người muốn theo dõi thay đổi qua từng buổi. Với tình trạng chị kể, em nghĩ gói tiêu chuẩn hợp nhất để bắt đầu ạ.'

Giới thiệu theo thứ tự thấp - giữa - cao, rồi quay lại gói giữa. Chỉ nói 'đa số khách chọn' khi thực tế đúng như vậy.

6 **CHECKLIST KHI ĐỔI SANG BẢNG GIÁ MỚI**

- ☐ Khách đã mua thẻ, liệu trình theo giá cũ: giữ nguyên quyền lợi đến hết thẻ.
- ☐ Báo trước cho khách quen ít nhất 2 tuần qua Zalo.
- ☐ Tập cho lễ tân và kỹ thuật viên câu giới thiệu ở phần 5.
- ☐ Chạy thử 30 ngày, đếm xem bao nhiêu phần trăm khách chọn từng gói.
- ☐ Nếu gói cơ bản chiếm phần lớn: xem lại cách giới thiệu gói giữa trước khi đổi giá.

Tài liệu mang tính tham khảo cho chủ cơ sở spa dưỡng sinh / y học cổ truyền. Khi tư vấn khách: không hứa khỏi bệnh, khuyên khách có bệnh lý đi khám chuyên khoa.