

УСЛОВИЯ МЕНЯЮТСЯ:

как сообщить
клиенту

о новой
цене



Мария Власова

Условия меняются: как сообщить клиенту о новой цене

<https://litres.ru/73959421>

SelfPub; 2026

Аннотация

Поднимать цену страшно не из-за самой суммы. Страшно из-за разговора.

Клиент может обидеться. Может начать торговаться. Может напомнить: "Раньше же было дешевле". И в этот момент легко начать оправдываться, смягчать, обещать "в последний раз по старой цене" и снова соглашаться на условия, из которых вы уже выросли.

Эта книга помогает пройти такие разговоры спокойно.

Внутри 80 рабочих ситуаций и 240 готовых фраз для фрилансеров, самозанятых, экспертов и небольших сервисных команд.

Здесь нет манипуляций и странных "техник продаж". Только фразы, которые можно использовать в разных ситуациях: кратко в мессенджере, тактично для постоянного клиента, без уступок там, где на вас давят.

Книга пригодится, если вы больше не хотите извиняться за свою цену, спорить о каждом рубле и работать по старым условиям только потому, что неудобно сказать прямо.

Это не теория про ценообразование. Это готовые тексты для разговоров, которые давно пора провести.

Содержание

Условия меняются: как сообщить клиенту о новой цене	5
Вступление: цена — это условие, а не оправдание	6
Как пользоваться банком и не говорить чужим голосом	8
Плановое обновление стоимости для действующих клиентов	9
1. Плановое повышение ставки для постоянного клиента	9
2. Завершение старого проекта и новая цена на следующий	11
3. Продление регулярного сопровождения	13
4. Возвращение клиента после перерыва	15
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Мария Власова
Условия меняются:
как сообщить
клиенту о новой цене

Условия меняются: как
сообщить клиенту о новой цене

Вступление: цена — это условие, а не оправдание

Разговор о новой цене редко портится из-за самой суммы. Чаще всё ломается из-за подачи. Специалист начинает объяснять, почему ему теперь нужно больше денег, вспоминает расходы, просит войти в положение, доказывает ценность. Клиент слышит не условие, а приглашение поторговаться.

Работает проще: что меняется, с какой даты, что входит в цену и какие варианты есть дальше.

Эта книга для самозанятых, частных специалистов, фрилансеров и небольших сервисных команд. Здесь нет волшебной фразы, после которой любой клиент радостно согласится. Зато есть нормальные заготовки для разных разговоров: коротко назвать цену, аккуратно учесть долгие отношения, остановить давление, предложить меньший объём вместо скидки на ту же работу.

Новую цену не надо оправдывать как личное решение. Достаточно назвать причину, которая относится к работе: вырос объём, изменился пакет, добавились согласования, срочность стала отдельной услугой, стало больше ответственности, закончилась скидка, прежний расчёт был для другой задачи.

Внутри 80 ситуаций и 240 фраз. В каждой ситуации есть

три варианта: короткий, мягкий и твёрдый. Короткий подходит для мессенджера. Мягкий нужен, когда отношения долгие и не хочется звучать сухо. Твёрдый пригодится, если разговор уже ушёл в торг, сравнения, давление или просьбу «ну просто уступите».

Не копируйте фразы как заклинание. Заменяйте сумму, дату, услугу, объём и следующий шаг. Убирайте всё лишнее: жалобы, объяснения про жизнь, намёки на вину, обещания результата, который вы не контролируете. Чем проще сообщение, тем меньше в нём крючков для спора.

Как пользоваться банком и не говорить чужим голосом

1. Называйте настоящую рабочую причину. Не самую красивую, а ту, которую можно спокойно сказать клиенту: другой объём, новый пакет, больше общения, срочный срок, предоплата, закончилась скидка.

2. Смотрите, кто перед вами. Постоянному клиенту важны дата перехода и сохранение уже согласованной работы. Новому — понятная стартовая цена и вопросы для расчёта. Вернувшемуся — разница между прошлой заявкой и новой. В конфликте не расширяйте объяснения: одно условие, один выбор, один следующий шаг.

3. Подбирайте канал под ситуацию. В мессенджере хватит цены, даты и действия. В письме можно добавить, что входит в пакет и как закрывается текущая работа. На звонке сначала скажите условие и сделайте паузу. В публичном профиле не оправдывайтесь и не сравнивайте себя с коллегами.

4. Не отвечайте сразу на весь спор. Спросили «почему дороже» — ответьте именно на это. Попросили скидку — переводите разговор в объём. Давят второй раз — не добавляйте доказательства, а спокойно закрывайте обсуждение.

Плановое обновление стоимости для действующих клиентов

1. Плановое повышение ставки для постоянного клиента

Ситуация: Вы регулярно работаете с клиентом и заранее переводите его на новую ставку. Сотрудничество стабильное, конфликта нет. Причина: плановое обновление стоимости и текущая загрузка.

Лучше не объяснять через: личные расходы, сравнения с другими клиентами, подробную экономику месяца.

Фраза 1, коротко: С 1 числа моя ставка по этому формату будет 12 000 рублей за проект. Текущую задачу завершим на прежних условиях, а новые возьму уже по новой цене.

Фраза 2, мягче: Предупреждаю заранее: со следующего месяца такая работа будет стоить 12 000 рублей. Нашу текущую договорённость сохраняю как есть, а для следующих задач буду считать уже по новой цене.

Фраза 3, твёрдо: Новые задачи такого типа беру за 12 000 рублей. Прежняя цена остаётся только для того, что мы уже согласовали.

Если спорят: Новая ставка относится к следующим зада-

чам и текущему формату работы. Уже согласованную часть она не меняет.

Вместо скидки: Уменьшить задачу, перейти на более короткий пакет или запланировать работу на позже.

Канал: В мессенджере хватит двух строк. В письме добавьте дату перехода и список уже согласованных задач.

Граница: Не делайте исключение только потому, что клиент несколько раз просит оставить прежнюю цену если объём остаётся тем же.

2. Завершение старого проекта и новая цена на следующий

Ситуация: Проект заканчивается, клиент спрашивает о продолжении. Он доволен и рассматривает следующий заказ. Причина: новый проект оценивается по актуальным условиям.

Лучше не объяснять через: объяснения, почему прошлый проект был дешевле, если тогда были другие рамки.

Фраза 4, коротко: Следующий проект я уже считаю по актуальной цене: от 18 000 рублей за такой объём.

Фраза 5, мягче: Здорово, что вы хотите продолжить. Этот проект закрываем по прежней договорённости, а следующий я посчитаю уже по актуальной ставке: от 18 000 рублей за похожий объём.

Фраза 6, твёрдо: Новые проекты я не беру за прежнюю цену. Для следующей задачи цена начинается от 18 000 рублей.

Если спорят: Прошлая цена относилась к конкретному проекту и тем условиям, которые были согласованы в начале. Следующая задача считается отдельно.

Вместо скидки: Укоротить задачу под ваш бюджет или разбить её на этапы.

Канал: На звонке сначала назовите диапазон, затем уточ-

няйте объём. В письме лучше дать короткий расчёт, а не длинное объяснение повышения.

Проверка: Не называйте прежнюю цену ошибкой — она была корректной для прежнего проекта.

3. Продление регулярного сопровождения

Ситуация: Клиент оплачивает ежемесячное сопровождение, и вы меняете стоимость следующего периода. Причина: обновление пакета сопровождения и времени, которое он занимает.

Лучше не объяснять через: внутреннюю структуру доходов или личную усталость.

Фраза 7, коротко: Следующий месяц сопровождения будет стоить 25 000 рублей. В пакет входят те же задачи и один дополнительный созвон для планирования.

Фраза 8, мягче: Предупреждаю заранее: со следующего периода стоимость сопровождения будет 25 000 рублей. Я сохраняю для вас тот же набор задач и добавляю отдельный созвон, чтобы спокойнее планировать месяц.

Фраза 9, твёрдо: Продление сопровождения возможно по новой цене 25 000 рублей за месяц. Прежний тариф для следующего периода я больше не продлеваю.

Если спорят: Изменение связано с фактическим объёмом сопровождения. Чтобы не добавлять работу бесплатно, следующий период идёт по новой цене.

Вместо скидки: Оставить только ключевые задачи и перейти на меньший пакет.

Канал: В письме перечислите, что входит и что не входит. В мессенджере добавьте срок, до которого клиенту нужно подтвердить продление.

Граница: Если разговор уходит в подсчёт каждой минуты ради прежней суммы, вернитесь к составу пакета и выбору формата.

4. Возвращение клиента после перерыва

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.