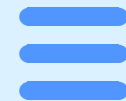


成熟期定价策略 案例

汇报人：<XXX>

2024-01-12





contents

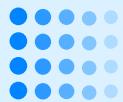
目录

- 引言
- 成熟期定价策略概述
- 案例一：苹果公司的定价策略
- 案例二：特斯拉电动汽车定价策略
- 案例三：星巴克咖啡定价策略
- 案例四：宜家的家具定价策略
- 案例总结与启示

01

CATALOGUE

引言



目的和背景



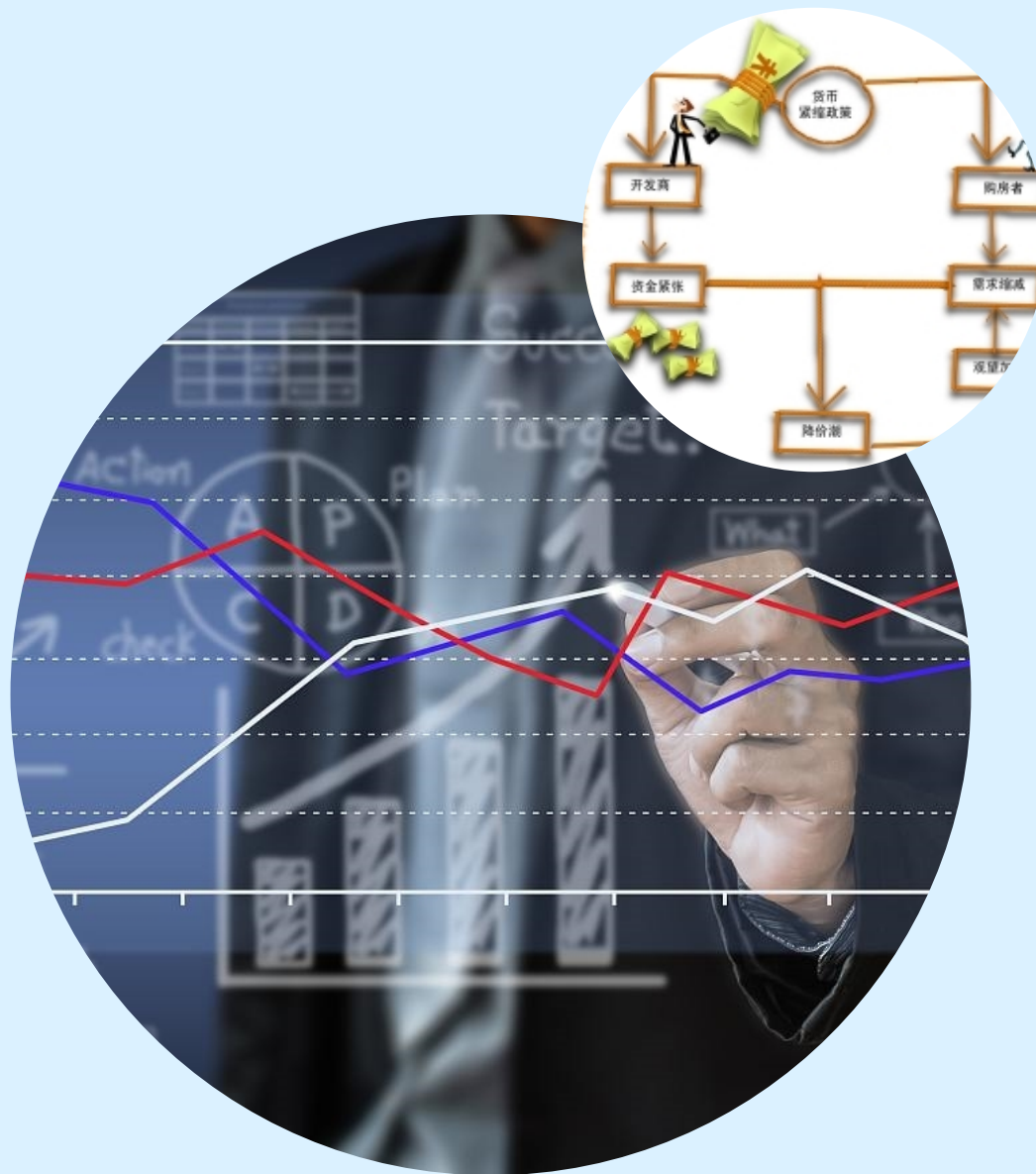
研究成熟期定价策略对企业盈利的影响，以及如何通过定价策略保持市场份额。



分析不同行业和市场竞争环境下的定价策略应用。

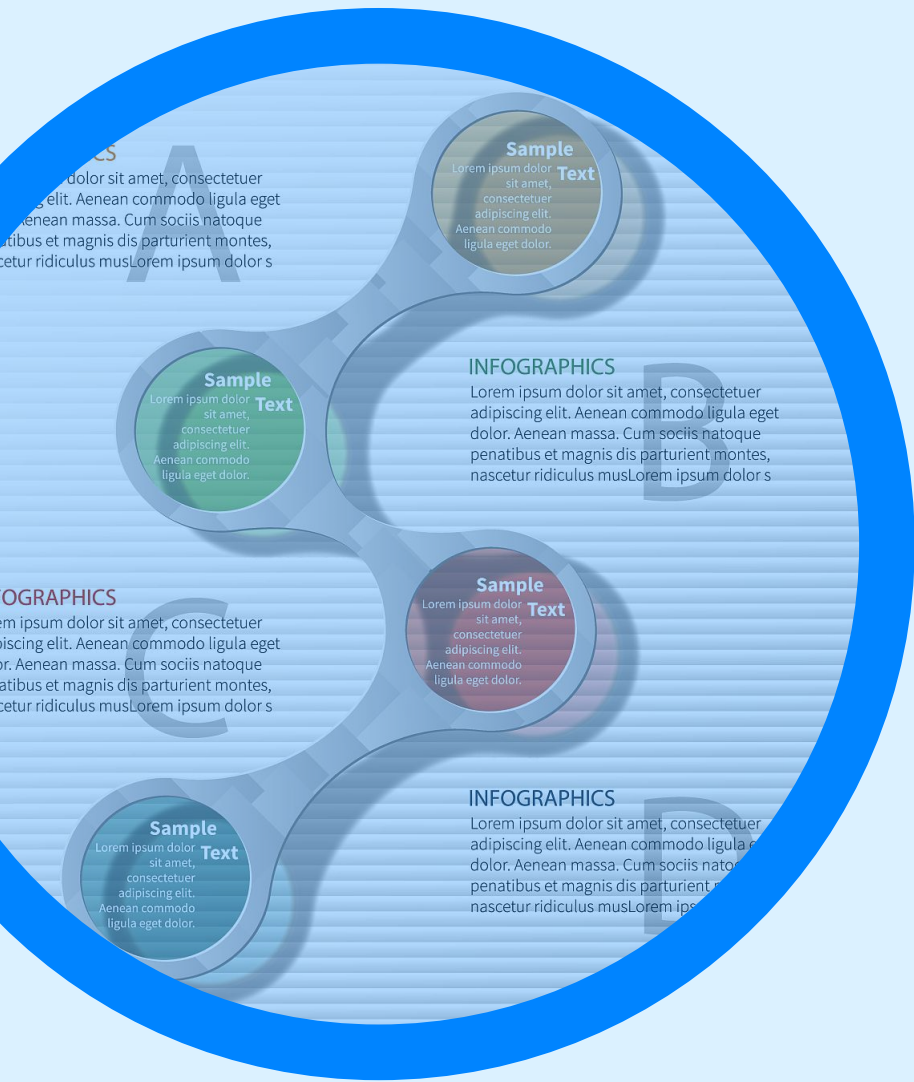


探讨企业如何根据自身特点和市场环境制定有效的定价策略。





案例选择理由



01

选择具有代表性的企业或产品，能够充分展示成熟期定价策略的应用和效果。

02

选择在不同行业和市场竞争环境下的企业，以便更全面地了解定价策略的适用性和差异性。

03

选择成功和失败的定价策略案例，以便更好地总结经验教训，为未来的定价策略制定提供借鉴。

02

CATALOGUE

成熟期定价策略概述



定义与特点

定义

成熟期定价策略是指在产品或服务进入市场成熟期阶段时所采用的定价策略，旨在保持市场份额和盈利能力。

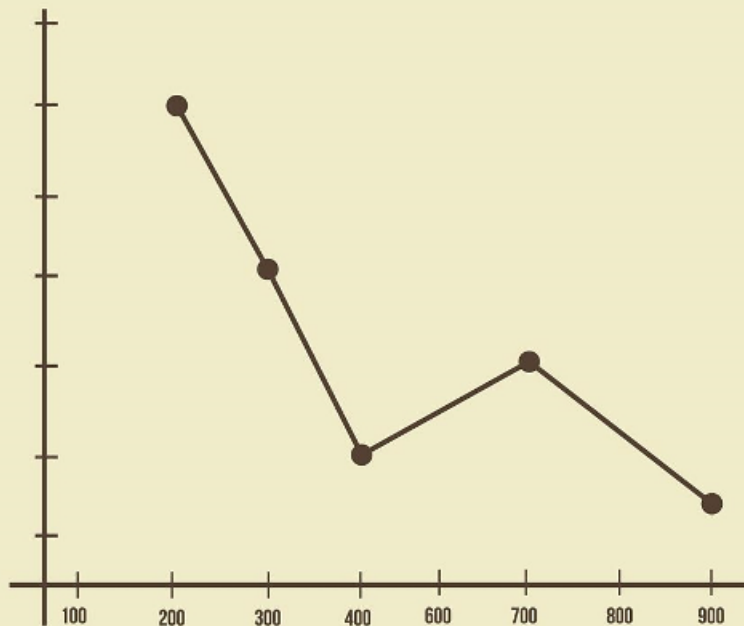
特点

成熟期产品或服务通常具有稳定的销售量、较低的市场风险和较高的市场份额，因此定价策略更加注重保持稳定和持续的利润。

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris



BUSINESS
INFOGRAPHIC

适用场景与条件

适用场景

适用于产品或服务在市场上已经建立起一定的品牌知名度和用户基础，销售量趋于稳定，市场份额较高的情况。

条件

实施成熟期定价策略需要具备稳定的销售渠道、较低的成本控制以及良好的品牌形象和市场口碑等条件。





成熟期定价策略案例

01

案例一

某知名咖啡连锁品牌在进入市场成熟期后，采用了稳定的价格策略，通过提供优质的服务和稳定的品质来吸引和保持顾客，同时通过规模效应和成本控制来实现稳定的利润。

02

案例二

某智能手机制造商在产品进入市场成熟期后，通过推出不同配置和价格区间的产品来满足不同消费者的需求，同时保持整体利润率稳定。

03

案例三

某电商平台在市场成熟期阶段，通过与供应商合作，推出定制化商品和促销活动来吸引消费者，同时保持价格稳定，以维护品牌形象和市场地位。

2019

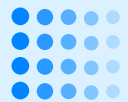
2020

3

03

CATALOGUE

案例一：苹果公司的定价策略



产品特点与市场定位



产品特点

苹果公司的产品以其卓越的品质、独特的设计和强大的性能而闻名。其产品线包括iPhone、iPad、Mac等，每一款产品都具有高度的创新性和独特性。

市场定位

苹果公司将其产品定位为高端市场，目标客户是追求品质、时尚和先进技术的消费者。



定价策略分析

高价定位

苹果公司采取了高价定位的策略，通过提供优质的产品和服务，满足了消费者对于品质和价值的追求。

价格歧视

苹果公司运用了价格歧视的策略，针对不同的市场和消费者群体，提供不同的价格方案，如教育优惠、企业采购等。

捆绑定价

苹果公司将产品与其他服务捆绑在一起销售，如 iCloud 存储、Apple Music 等，通过增加附加价值来提高产品的整体售价。



效果评估与反馈

销售业绩

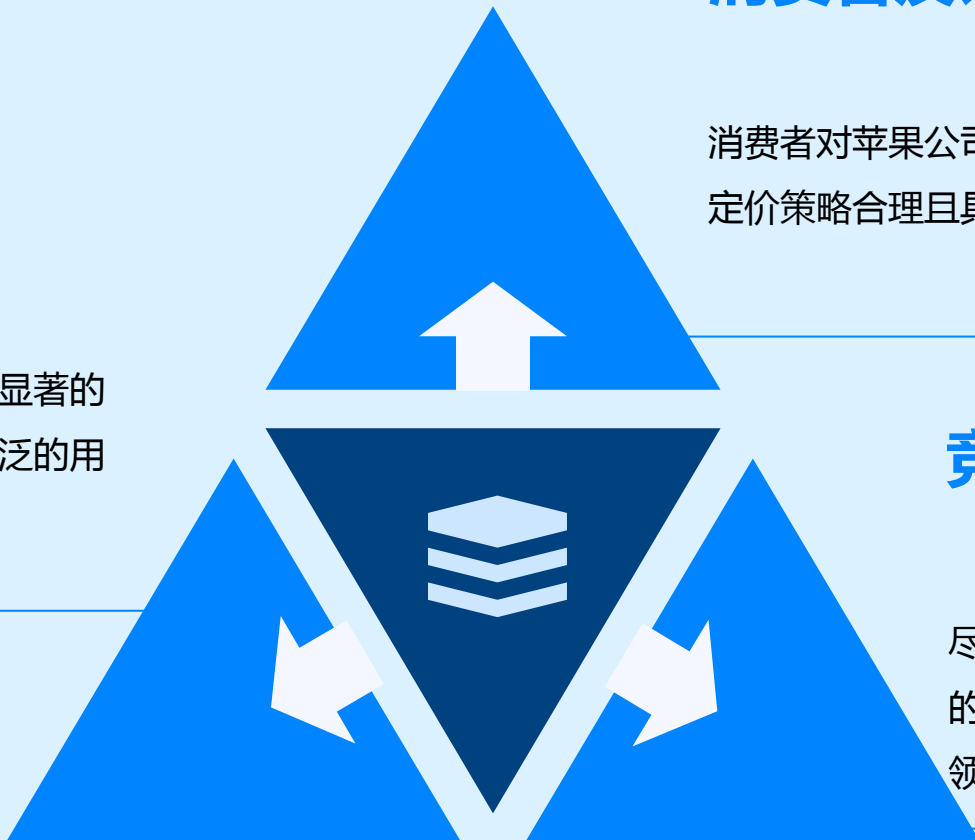
苹果公司的定价策略在市场上取得了显著的成功，其产品在全球范围内都拥有广泛的用户群体和市场份额。

消费者反馈

消费者对苹果公司的产品和服务评价较高，认为其定价策略合理且具有吸引力。

竞争环境

尽管面临激烈的竞争，苹果公司凭借其独特的定价策略和优质的产品，仍然保持了市场领先地位。



04

CATALOGUE

案例二：特斯拉电动汽车定价策略

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/725144124301011201>