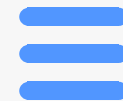


价格培训PPT课件





contents

目录

- 价格概述
- 价格策略
- 价格管理与执行
- 价格与市场
- 价格风险与控制
- 案例分析

01

价格概述



价格的定义

01



价格



指商品或服务的价值在市场上的货币表现，是买卖双方就某一商品或服务达成的交易条件。

02



价格的形成



受到多种因素的影响，包括生产成本、市场需求、竞争状况等。

03



价格的作用



传递商品或服务的信息，调节市场供需关系，促进资源的合理配置。

价格的构成



成本

商品或服务的生产成本，包括原材料、人工、设备等费用。



利润

企业为补偿其经营风险而要求的回报。



税费

国家为调节经济活动而向企业征收的各种税费。



市场供需关系

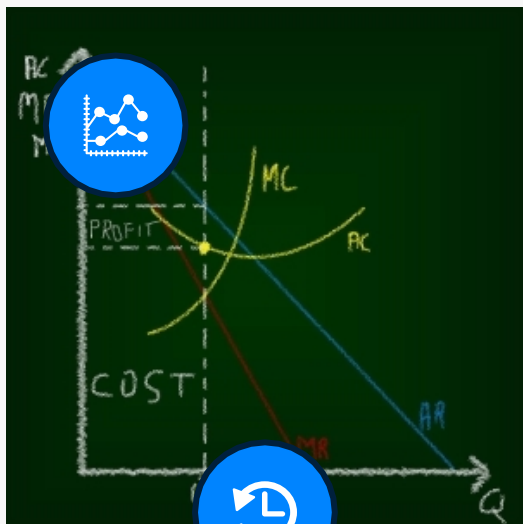
影响商品或服务的供求关系，进而影响价格。



价格的影响因素

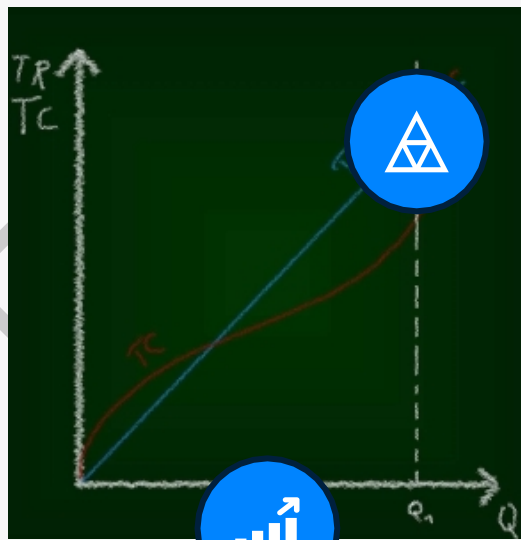
生产成本

生产成本是决定价格高低的重要因素，成本高则价格高，反之亦然。



市场供需关系

市场供大于求时，价格下降；
供小于求时，价格上升。



竞争状况

竞争激烈时，企业为了获得市场份额可能采取降价策略；竞争较小时，企业可能提高价格。

经济环境

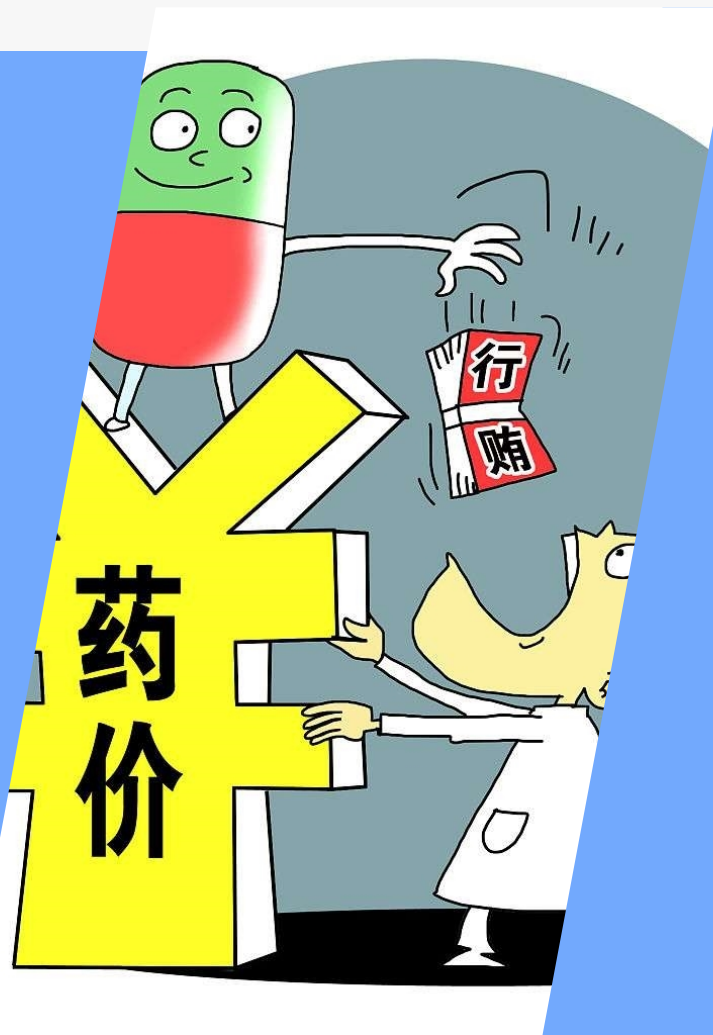
经济环境的变化会影响消费者的购买力和消费需求，从而影响价格。

02

价格策略



成本导向定价



总结词

基于产品成本制定价格

详细描述

成本导向定价是一种常见的定价策略，它以产品的成本为基础，加上预期的利润来确定销售价格。这种定价方法的优点是简单易行，能够保证企业的利润水平。然而，它忽略了市场需求和竞争状况，可能导致价格与市场脱节。





竞争导向定价

总结词

根据市场竞争情况制定价格

详细描述

竞争导向定价是以竞争对手的价格为基础制定自己的产品价格。企业通过研究竞争对手的产品价格、质量、特点等因素，制定出与竞争对手相似或更具竞争力的价格。这种定价方法的优点是能够快速适应市场变化，提高市场占有率。但需要注意的是，过度依赖竞争者的价格可能会导致价格战。



顾客导向定价

总结词

根据顾客对产品价值的认知制定价格

详细描述

顾客导向定价是以顾客对产品价值的认知为基础制定价格。企业通过市场调研了解顾客对产品的评价，并以此为基础制定价格。这种定价方法的优点是能够更好地满足市场需求，提高顾客满意度。但需要注意的是，如果企业过高地估计顾客对产品价值的认知，可能会导致定价过高。



心理定价

要点一

总结词

根据顾客心理感受制定价格

要点二

详细描述

心理定价是一种基于顾客心理感受的定价策略，通过特定的定价方式来影响顾客的购买决策。例如，采用整数定价可以给顾客留下产品质量更高的印象，而尾数定价则可以让顾客感觉价格更加实惠。这种定价方法的优点是能够激发顾客的购买欲望，提高销售量。但需要注意的是，过度使用心理定价可能会导致顾客对产品真实价值的质疑。

03

价格管理与执行

价格制定

总结词

明确、合理、具有竞争力

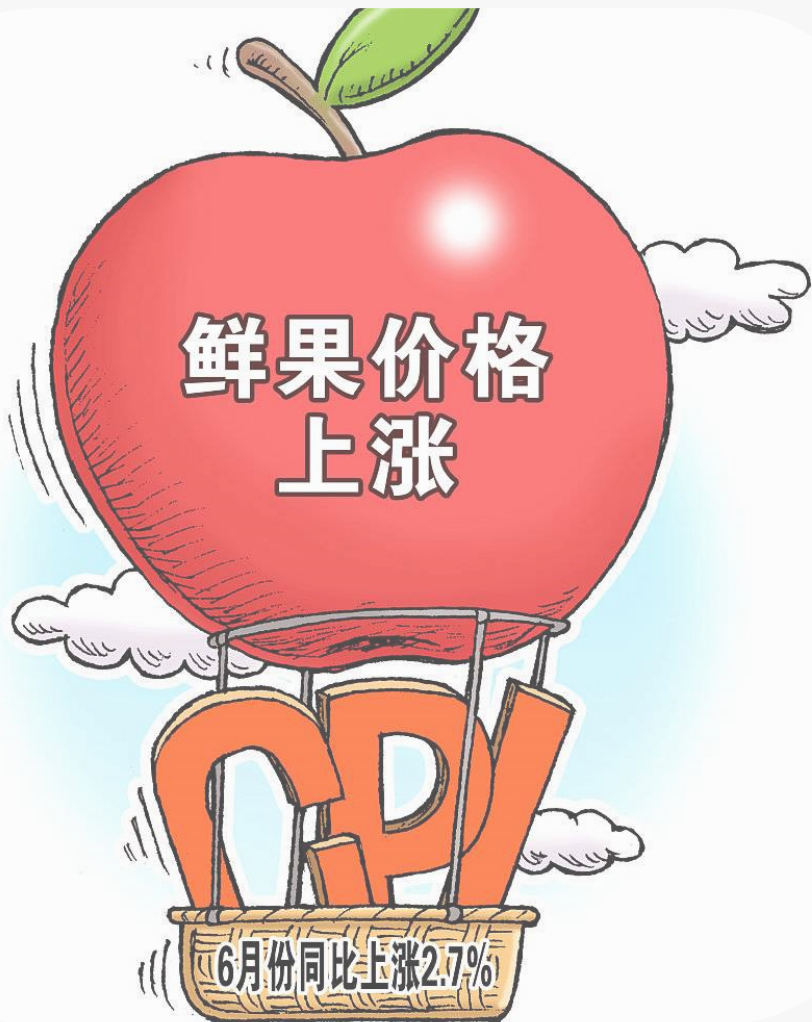
详细描述

在制定价格时，需要明确产品的成本、市场需求和竞争状况，以确保价格既合理又具有竞争力。同时，需要考虑客户的支付能力和心理预期，以制定出更符合市场需求的定价策略。





价格调整



总结词

灵活、及时、有据可循

详细描述

当市场环境发生变化或企业战略调整时，价格也需要相应地进行调整。调整价格时，需要确保灵活性并及时响应市场变化。同时，调整价格需要有充分的依据和合理的解释，以避免客户的不满和流失。

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/855114330343011142>