

# Ценообразование

Установление цен на товары  
и услуги: подходы и  
проблемы ценообразования

# Участники рынка



## Клиенты

- Пол
- Возраст
- Доход
- Семейное положение
- Увлечения
  
- Сфера деятельности
- Специальность
- Должность
- Стаж работы
  
- Спрос
- Удержать
- Вернуть
- Предугадать
- Направить



## Конкуренты

- Производители
- Дистрибьюторы
  
- Позиция на рынке
- Ресурсы
  
- ТМ
- Бренды
- Товарные группы
- Услуги
- Ценовая категория
- Целевая аудитория
  
- Уровень продвижения
- Реклама
- PR
- Новые разработки



## Партнеры

- **Торговые партнеры**
  - Вид франчайзинга
  - Локальные
  - Областные
  - Федеральные
  - Международные
  
- **Поставщики**
  - Условия поставок
  - Локальные
  - Федеральные
  - Международные
  
- **Партнеры по продвижению**
  - Оргкомитеты
  - СМИ
  - Гос. Органы
  - Торговые партнеры

# Какие они бывают?



- Много ниш,
- Темпы роста
- Мало инфо
- Работа на спрос
- Высокие цены

Развивающийся

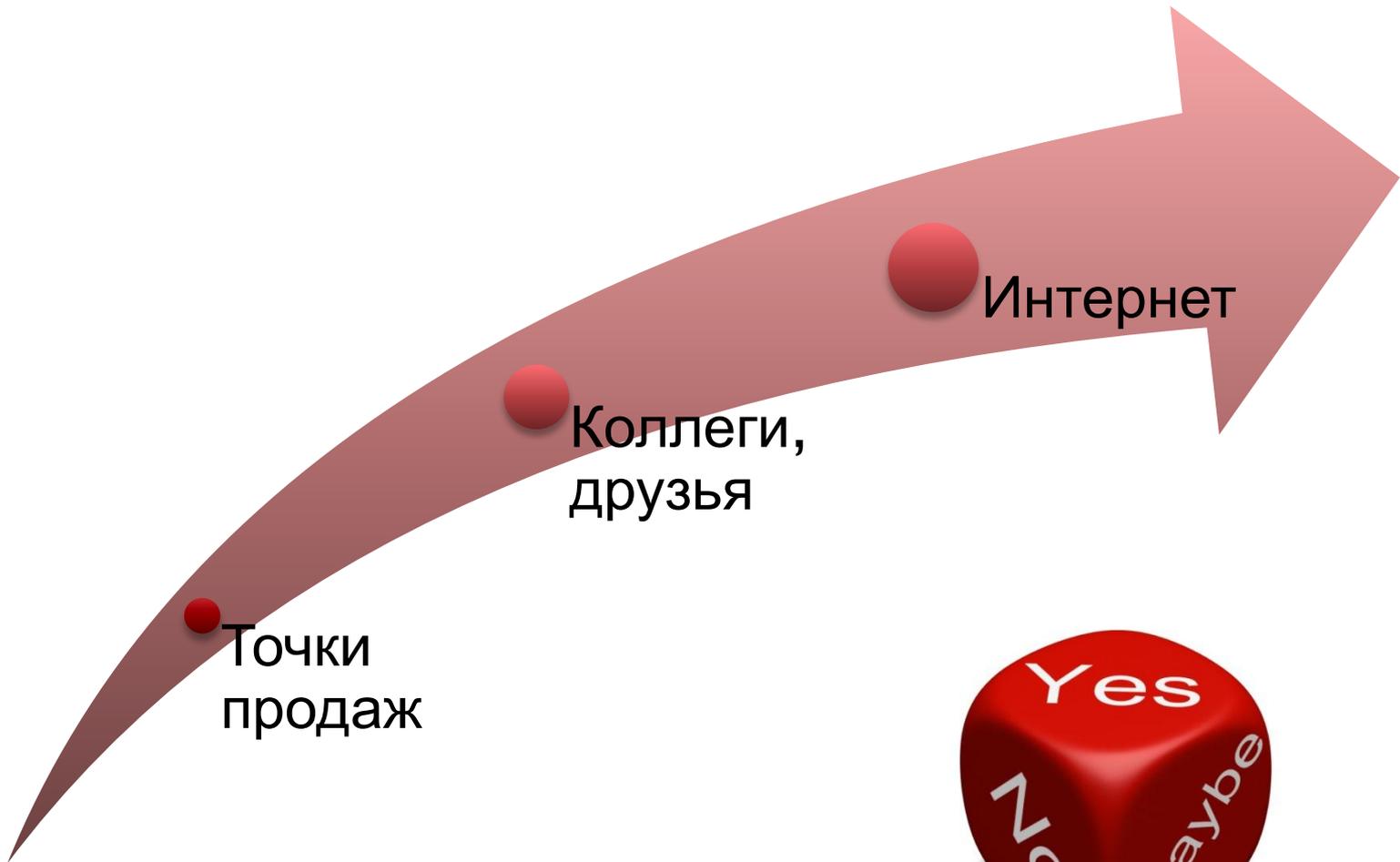
Сформированный

- Конкуренция
- Небольшой рост
- Услуги
- Демпинг - в конкуренции

- Перераспределение
- Продукты масс - маркет
- Демпинг
- Демпинг - выживание

Стагнация (кризис)

# Источники информации о цене



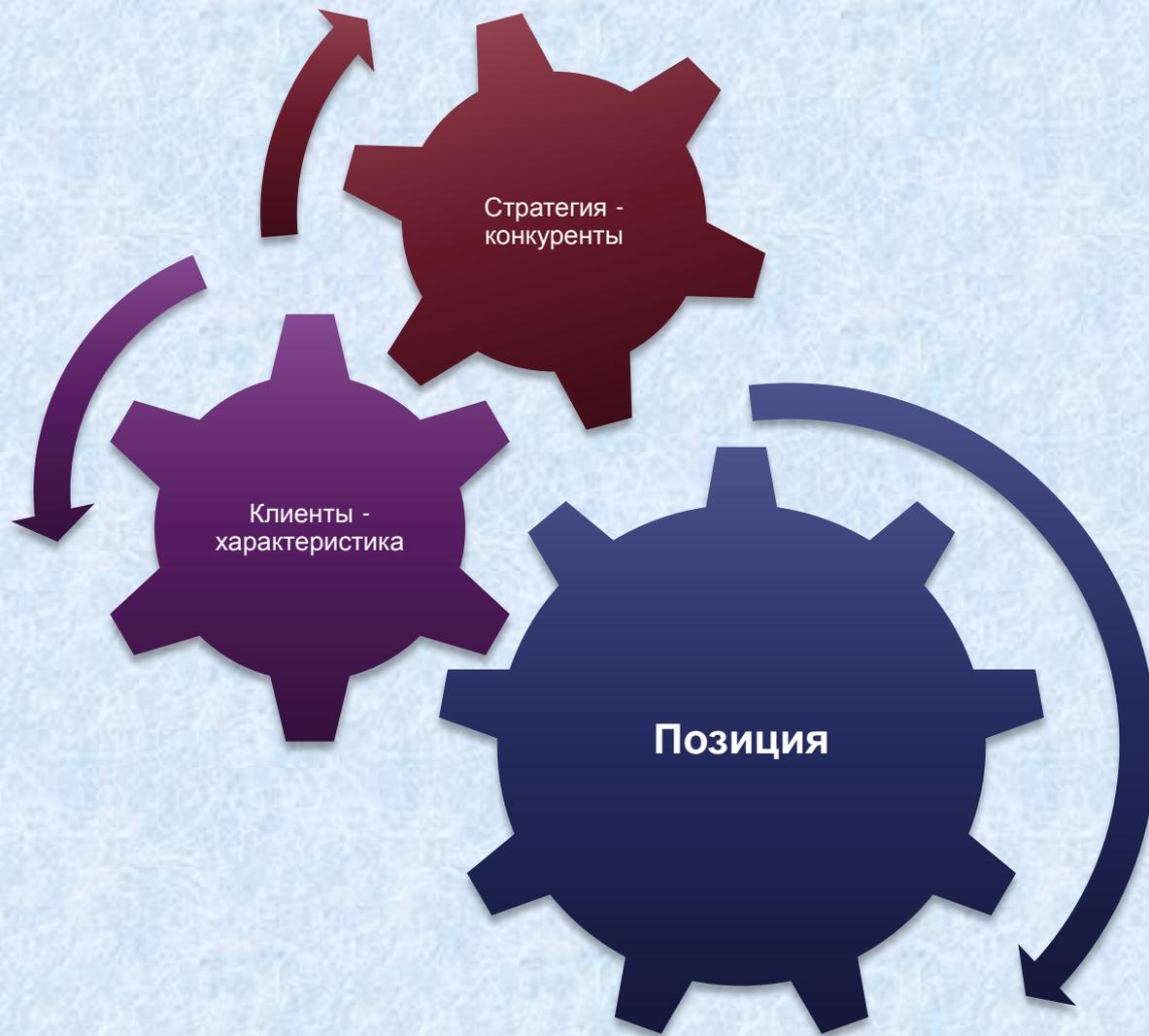
# Что определяет цена?



# Потребительские цены

- ▣ РЕФЕРЕНТНЫЕ ЦЕНЫ
- ▣ ЦЕНА И КАЧЕСТВО
- ▣ ЦЕНОВЫЕ ХИТРОСТИ





# Задачи: увеличение доли рынка



# Задачи: Максимум прибыли



# Задачи: «Снять сливки»



# Лидерство по цене и качеству

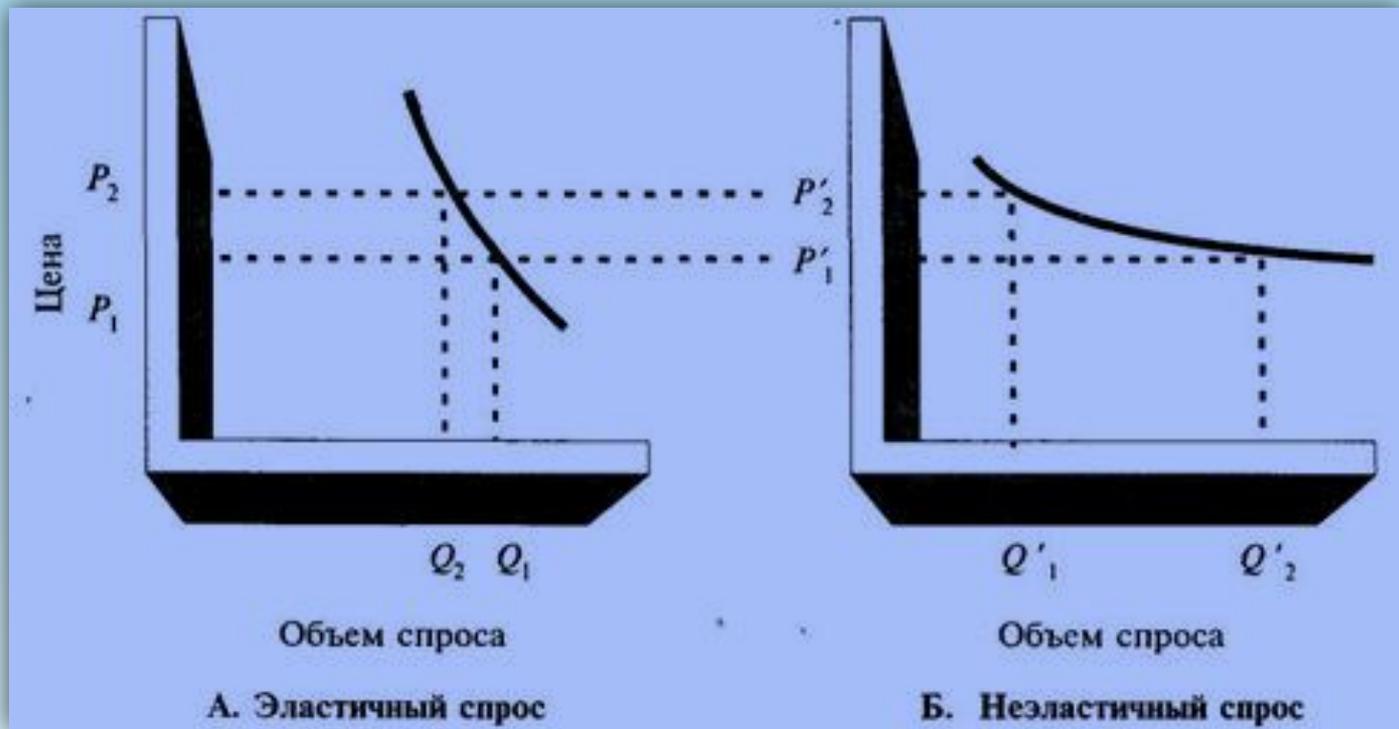


# Методы мониторинга

- Исследование открытых источников
- Тестирование
- Оценка партнеров
- Оценка конкурентов
- Оценка клиентов
- Внутренние источники информации



# Оценка спроса: Чувствительность к цене



# Оценка издержек



**УЧЕТ ЗАТРАТ И ЦЕЛЕВОЕ  
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК**

# Методы формирования цен

Издержки +  
надбавки

Норма  
прибыли

Выгодная цена

По текущему уровню цен

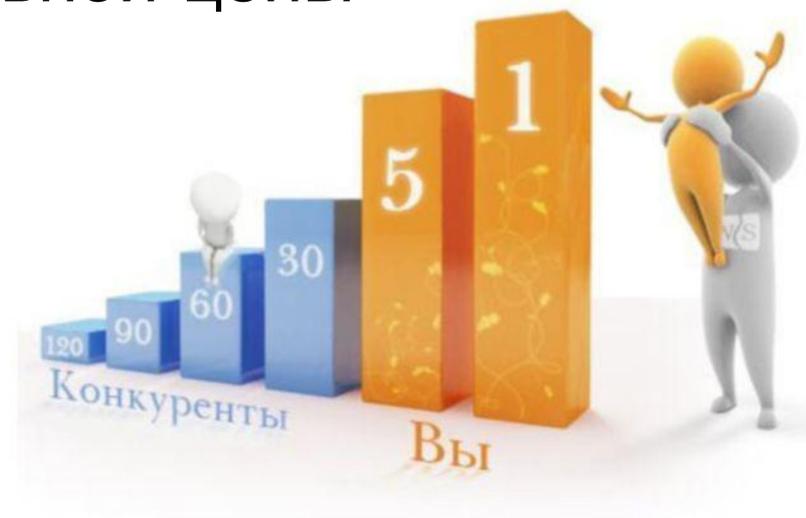
Аукцион

Ценность товара



# Методика расчета конкурентных цен

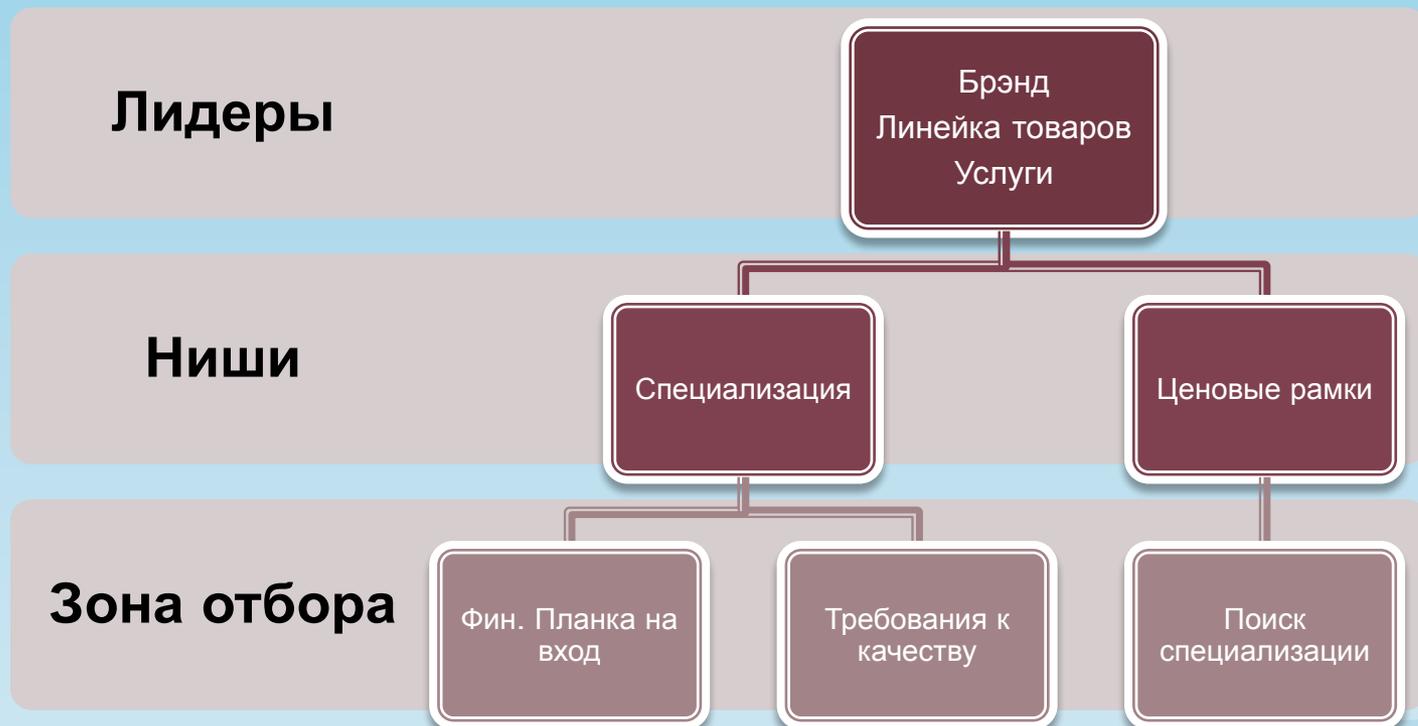
- Определение спроса;
- Определение издержек;
- Анализ цен и товаров конкурентов;
- Выбор метода и стратегии ценообразования;
- Установление окончательной цены



# Ценообразование на развивающемся рынке



# Ценообразование на развитом рынке



# Ценообразование на развитом рынке?

Лидеры –  
перераспределение и  
расширение

Компании с товаром  
первой  
необходимости

New



# Психология потребителя



# Почему бренд становится брендом?



# Общая ценность товаров и услуг

=

ЦЕНА  
БЕЗРАЗЛИЧИЯ +

ПОЛОЖИТЕЛЬНАЯ  
ЦЕННОСТЬ -

ОТРИЦАТЕЛЬНАЯ  
ЦЕННОСТЬ  
ОТЛИЧИЙ



# Как рассчитать безразличие?

- ▣ **1 этап** - определение цены (или затрат), связанных с использованием товара или технологии, которые покупатель рассматривает как лучшую из реально доступных ему альтернатив.
- ▣ **2 этап** - определение всех параметров, которые отличают ваш товар, как в лучшую, так и в худшую сторону от товара - альтернативы.
- ▣ **3 этап** - оценка ценности для покупателя различий в параметрах вашего товара и товара - альтернативы.
- ▣ **4 этап** - суммирование цены безразличия и оценок положительной и отрицательной ценности отличий вашего товара от товара-альтернативы.

**Получаем общую величину экономической ценности товара или услуги для покупателя.**

# Адаптация цены



# Окончательная цена



# Прогнозирование



Структура рынка по конкурентам

Отношение и платежеспособность потребителей

Рынок партнеров

# Управление ценообразованием



# Это ваша шахматная партия!

