

<<定价与定价策略>>

图书基本信息

书名：<<定价与定价策略>>

13位ISBN编号：9787532372201

10位ISBN编号：7532372200

出版时间：2003-9

出版时间：上海科学技术出版社

作者：国际金融公司中国项目开发中心编

页数：69

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<定价与定价策略>>

内容概要

定价是许多中小企业主和经理的头号问题。

多数企业都没能很好地处理定价问题，在如何定价上，他们常常过多地考虑成本，却犯了普遍的定价错误。

这些错误包括：没能随市场变化调整价格，定价时不考虑营销计划的其他部分，以及对不同的产品、顾客群体(目标市场)和购买场合没有制定足够大的价差。

本书着眼于定价问题和定价时必须考虑的因素，并阐明不同的定价方式。

本书的主要目的，是说明影响价格决策的因素不仅有企业内部的因素，也有周围环境的因素；制定价格可以有不同的方法，并介绍两种普遍使用的新产品定价策略。

<<定价与定价策略>>

书籍目录

本书概述目标A 影响定价的因素影响定价的内部因素影响定价的外部因素决定价位高低的因素B 常用定价方法成本定价法竞争定价法价值定价法C 新产品定价策略撇脂定价法渗透定价法案例1 成都兴达公司D 复习E 实战计划什么是实战计划怎样制定实战计划实战计划有何用途附录A 参考答案附录B 术语表

<<定价与定价策略>>

媒体关注与评论

对于一个公司而言，价格的制定永远不是一件容易的事情。定价策略的一个最普遍的错误是公司过于采用成本导向原则，其他的一些较普遍的错误则包括当市场中产品、顾客群或购买场合发生变化时忘记了调整价格。

通过学习本书，您将能够：
· 描述三种常用的定价方法；
· 列举出影响定价的内部和外部因素；
· 描述新产品定价的两种主要策略。

<<定价与定价策略>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>