

<<零售店定价策略>>

图书基本信息

书名：<<零售店定价策略>>

13位ISBN编号：9787802181922

10位ISBN编号：7802181925

出版时间：2007-1

出版时间：中国宇航出版社

作者：后东升

页数：181

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>

## <<零售店定价策略>>

### 内容概要

商品定价是贯穿零售店店铺定位、商品采购、商品陈列、营业促销、库存管理过程的一项重要经营决策，商品定价方式和策略的选择，对零售店的营业收入和经营利润具有重大影响。

目前，许多零售店对商品定价方式和策略运用重视得还不够。

本书系统介绍了影响商品定价的因素，介绍了商品定价的基础知识和主要的定价方法，深入浅出地讲解了零售店常用的商品定价策略，零售店商品价格政策和价格体系，零售店商品价格决策的过程，零售店调整商品价格的策略和应对价格战的策略，以及零售店提高价格竞争力的途径。

最后，本书还重点地介绍了几家成功零售店的商品定价方法和定价策略，以供零售店经营者参考借鉴。

。

## &lt;&lt;零售店定价策略&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 商品定价中的学问 第一节 影响零售店商品定价的因素 一、零售店因素 二、商品因素 三、消费者因素 四、市场和环境因素 第二节 零售店定价基石知识 一、商品价格构成 二、毛利计算方式 三、需求与需求定理 四、供给与供给定理 五、需求价格弹性 六、供给价格弹性 七、价格均衡 八、价格效应 九、价格体系 十、价格政策 十一、价格歧视

第二章 零售店定价方法 第一节 成本导向定价法 一、加成定价法 二、可变成本定价法 三、边际成本定价法 四、盈亏平衡定价法 五、差别毛利率定价法 第二节 需求导向定价法 一、需求差异定价法 二、理解价值定价法 三、需求心理定价法 第三节 竞争导向定价法 一、随行就市定价法 二、收支平衡定价法 三、协议定价法 四、高价陷阱定价法 五、低价排斥定价法 六、竞争差异定价法 第四节 通货膨胀定价法 一、先进先出法(FIFO法) 二、后进先出法(LIFO法) 三、期望定价法(NIFO法)

第三章 零售店的定价策略 第一节 新商品定价策略 一、撇油定价策略 二、渗透定价策略 三、市场满意定价策略 第二节 高价与低价策略 一、高价策略 二、薄利多销定价策略 第三节 折扣定价策略 一、季节折扣定价策略 二、奖售折扣定价策略 三、心理折扣定价策略 四、批量折扣定价策略 五、优惠卡折扣策略 六、一次性折扣定价策略 七、折价券折扣策略 八、诱导定价策略 第四节 心理定价策略 一、声望定价策略 二、招徕定价策略 三、弧形数字定价策略 四、分级定价策略 五、非整数定价策略 六、整数(偶数)定价策略 七、分割定价策略 八、习惯定价策略 第五节 商品组合定价策略 一、补充商品组合定价策略 二、附带品综合定价策略 三、配套商品定价策略 四、替代品定价策略 第六节 欺诈性定价策略 一、引诱性广告定价 二、新旧价格比较 三、同行价格比较 四、搭送商品或礼品 五、处理价定价策略 第七节 其他定价策略 一、跌价保证定价策略 二、系列商品定价策略 三、安全定价策略 四、底价定价策略 第八节 零售店的常用价格策略 一、单一价格策略 二、变动价格策略

第四章 零售店价格制定与价格策略的选择 第一节 零售店商品价格决策 一、市场价格信息处理 二、市场价格预测 三、零售店的价格决策 第二节 零售店商品定价具体流程 一、分析影响定价的各种因素 二、选定定价目标 三、选择定价方法 四、明确定价策略 五、拟定价格方案 六、预测竞争者的反应 七、定价方案的实施和控制 第三节 零售店价格策略的选择 一、市场竞争地位与价格策略选择 二、市场竞争形势与价格策略选择 三、市场竞争实力与价格策略选择 四、市场竞争形态与价格策略选择 五、不同进攻战略下的价格策略 六、不同生命周期中的价格策略选择 第四节 零售店定价应注意的问题 一、商品的容许价格 二、商品定价的基本立场 三、商品定价遵循的原则 四、价格政策与市场经营的关系 五、消费者的价格意识与价格判断 六、明确市场竞争地位 七、访问竞争者价格

第五章 零售店的价格调整与应对价格战 第一节 零售店的降价策略 一、零售店降价的原因 二、零售店降价存在的风险 三、零售店降价的方式 四、零售店降价时机的选择 五、降价幅度的确定 六、商品降价注意事项 第二节 零售店提价策略 一、商品提价的目的 二、商品提价面临的风险 三、提价的条件和时机 四、提价的方法 五、零售店常用的提价技巧 第三节 零售店如何应对价格战 一、市场地位影响策略选择 二、零售店挑起和应对价格战的策略

第六章 零售店如何确保价格竞争力 第一节 严格控制成本,扩大价格浮动空间 一、零售店经营成本的构成 二、控制零售店房租 三、商品采购价格的控制 四、控制零售店商品损耗 五、加强存货管理,防止商品积压 六、杜绝浪费,开源节流 第二节 提升零售店的竞争能力 一、提高竞争意识 二、注重市场调查 三、树立良好的店铺形象 四、提高商品回转率

第七章 成功零售店的定价策略 第一节 沃尔玛的平价策略 一、天天平价 二、让利销售 三、特惠商品 第二节 阿尔迪超市成功的低价高利策略 一、最大限度地降低进货价格 二、最大限度地降低物流成本 三、最大限度地降低营销成本 四、最大限度地保证商品质量 第三节 家乐福的定价策略 一、家乐福的经营概况 二、分阶段的定价目标 三、家乐福的定价方法 第四节 国美的低价、低价、再低价 一、低价致胜 二、零售业态的创新 第五节 甜甜服装专卖店的定价策略 一、合理设置价格层次 二、适时大减价

<<零售店定价策略>>

<<零售店定价策略>>

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>