

کاربرگ تنظیم قیمت

مواردی که در تعرفه گذاری باید در نظر گرفته شوند			
؟	خیر	بله	شما می بایست قیمت های خود را بالاتر از قیمت های شرکت های رقیب در نظر بگیرید اگر ...
			بازار شما نسبت به تغییر قیمت حساسیت نشان ندهد.
			بازار شما از لحاظ تعداد مشتریان روند رو به رشد داشته باشد.
			محصول شما جزء لاینفک یک سیستم تثبیت شده باشد.
			اعتبار شما در بازار به دلیل جایگاه، کیفیت خدمات رسانی و موارد مثبت دیگر ارزش محصول شما را افزایش دهد.
			مشتریان به راحتی بتوانند قیمت محصولات/خدمات شما را در قیمت فروش خود لحاظ کنند.
			قیمت محصول شما فقط درصد کمی از هزینه های کلی مشتریان را تشکیل دهد.
شما می بایست قیمت های خود را پایین تر از قیمت های شرکت های رقیب در نظر بگیرید اگر			
			بازار شما نسبت به تغییر قیمت حساسیت زیادی نشان دهد.
			مشتریان نیازمند سفارش دوره ای قطعات و محصولات باشند.
			شرکت شما به حدی کوچک است که قیمت پایین، منافع رقیبان بزرگ را تهدید نکرده و آنها را به یک جنگ کاهش قیمت ترغیب نسازد.
			با توجه به شرایط شرکت، قیمت تمام شده هر محصول پایین باشد.
			به ظرفیت کامل تولید خود نرسیده اید.

نیاز سنجی

۱. مشتریان شما به دنبال چه محصول یا خدماتی می باشند؟

۲. چه محصول یا خدماتی بیشتر از همه با وجود قیمت بالا مورد تقاضا می باشند؟

۳. آیا محصولات/خدماتی وجود دارد که در یک دوره زمانی خاص بیش از دیگر محصولات یا خدمات مورد تقاضا باشند؟ اگر چنین است زمان شروع و مدت آن دوره را مشخص نمایید.

۴. آیا مشتریان محدوده قیمت بخصوصی را در نظر دارند؟

۵. رابطه بین قیمت و کیفیت در بازار شما چیست؟

رقابت

۱. سیاست های قیمت گذاری رقبای تجاری شما چه می باشد؟

۲. آیا قیمت محصولات و یا خدمات شما بر اساس درآمد خالص شرکت و قیمت های رقبای می باشد؟

۳. آیا در قیمت گذاری، سیاست قیمت بالاتر، پایین تر، یا برابر با قیمت های رقبای را دنبال می کنید؟ چرا؟

۴. عکس العمل رقبای تجاری نسبت به قیمت های شما چگونه می باشد؟

قیمت گذاری و سهم بازار

۱. سهم شما از بازار فعلی چه قدر است؟

۲. چه هدفی را دنبال می کنید: افزایش سهم خود در بازار؟ حفظ سهم فعلی خود در بازار؟

۳. تغییرات قیمت چه تاثیری را می تواند در میزان سهم شما در بازار داشته باشد؟

۴. آیا ظرفیت تولید شرکت، متناسب با اهداف شما برای در اختیار گرفتن سهم مشخص از بازار می باشد؟

استراتژی

۱. آیا تاثیرات نحوه قیمت گذاری بر میزان فروش خود را مشخص کرده اید؟

۲. نحوه قیمت گذاری چگونه می تواند در بدست آوردن بازار جدید به شما کمک کند؟

۳. آیا تا به حال تاثیر نحوه قیمت گذاری بر بازار خود را امتحان نموده اید؟

۴. آیا استراتژی های شما با سیاست ها اقتصادی کلان هم راستا می باشند؟

خط مشی ها

۱. نوع محصولات و خدمات شما چه تاثیری بر میزان قیمت آنها می تواند داشته باشند؟

۲. روش توزیع چه تاثیری می تواند در میزان قیمت داشته باشد؟

۳. سیاست های شرکت در ارتباط با تبلیغ محصولات و خدمات چه تاثیری در قیمت آنها می تواند داشته باشد؟