

نحوه قیمت گذاری محصولات



چگونه روی کالاهای جدید خود قیمت بگذاریم؟

برای این که از ضرر جلوگیری کنید، باید قیمت محصول هزینه‌های ساخت را پوشش دهد. این هزینه‌ها عبارتند از:

- هزینه کار مستقیم
- هزینه مواد مستقیم
- مخارج کلی

مواردی که باید هنگام قیمت گذاری در نظر بگیرید:

- چقدر از قیمت فروش صرف هزینه‌ها می شود
- فروش را پیش بینی کنید
- رقبا محصولات مشابه شان را به چه قیمتی می فروشند؟ اگر بازار نسبت به قیمت حساس است باید مواظب باشید که قیمت را خیلی بالا تعیین نکنید.
- اگر قیمت محصول را خیلی پایین تعیین کنید، این گونه برداشت می شود که کیفیت پایینی دارد.
- سطح موجودی: اگر موجودی شرکت خیلی زیاد باشد، ممکن است باعث شود که محصولات به قیمت پایین تری فروخته شوند تا در انبارها فضای خالی ایجاد شود.
- محصول چقدر جدید است؟ اگر قیمت اولیه ی کالا را پایین تعیین کنید، می تواند سبب شود معرفی کالاهای جدید با موفقیت روبه رو شود و این محصولات بازار را بدست گیرند.
- برند شرکت، اگر برند شرکت تان از نوع ارزان فروشان است، تعیین قیمت بالا باعث بدبینی خریداران نسبت به شما خواهد شد.

تخفیفات

ممکن است برای تشویق مشتریان وفادار و یا جذب مشتری جدید، تخفیف در نظر گرفته شود.

انواع تخفیف عبارتند از:

- تخفیف تعدادی: مثلاً یکی بخر دو تا ببر!
- تخفیف صنفی: برای اصناف مختلف تخفیف قائل شوید؛ مثلاً به دانشگاه برای خرید کامپیوتر، تخفیف تحصیلی بدهید.

- تخفیف فصلی: برای افزایش تقاضا در برخی فصول این تخفیف کارآمد است؛ مثلا حراج لباس های زمستانی در فصل تابستان.
- تخفیف نقدی: دریافت های نقدی برای فروشندگان از دریافت چک مفیدتر است، چون سبب افزایش جریان نقدی می شود؛ مثلا می توانید به مشتریان بگویید که اگر نقد پرداخت کنند ۵٪ تخفیف می گیرند.
- تخفیف منطقه‌ای: اگر منطقه‌ی خاصی برای تجارتتان مد نظر دارید، می توانید تخفیفات ویژه‌ای بدهید؛ مثلا می توانید هزینه‌ی ارسال محصول به آن ناحیه را مجانی کنید.