

8 элементов стратегии ценообразования

Стратегия ценообразования является одним из завершающих пунктов плана маркетинга, но при этом одной из самых важных этапов общей маркетинговой стратегии компании.

В независимости от того, какой принцип ценовой конкуренции в отрасли использует компания, маркетинговая стратегия в отношении управления ценой и рентабельностью продукта должна включать следующие элементы: начальную цену и норму рентабельности товара, долгосрочные цели по управлению ценой продукта, стратегию роста цен, принципы установления цены для каждого канала продаж, ценовую политику и принципы предоставления скидок на продукт.

Начальная цена продукта — стоимость товара, с которой компания входит на рынок. Начальная цена носит важный стратегический характер, так как является «отправной точкой», отвечает за первоначальный успех и правильное формирование имиджа товара, Начальная цена также формирует долгосрочный потенциал прибыли компании.

Норма рентабельности

В рамках стратегии ценообразования должны быть установлены 2 норматива по рентабельности продукта: целевой уровень рентабельности товара, необходимый для формирования бюджета продвижения из полученной прибыли от реализации; а также минимальный уровень рентабельности, ограничивающий размеры скидок.

Точка безубыточности представляет собой стоимость продукта, ниже которой продажи будут приносить компании убытки.

План по развитию цены

В рамках стратегии ценообразования необходимо спланировать общий вектор (движение) стоимости товара и зафиксировать ценовое позиционирование продукта в сравнении с ключевыми конкурентами.

Стратегия роста цен

Стратегия повышения цен устанавливает количество повышений стоимости продукта в год, а также определяет: как проводить повышение цен в рамках ассортимента (равномерно или дифференцировано в зависимости от товарной группы), как повышение цен должно соотноситься с уровнем инфляции (быть равной, выше или ниже инфляции).

Цены в каналах распределения

Стратегия конкурентного ценообразования должна декларировать принципы установления цен в разрезе всех каналов распределения продукта (равномерные цены для всех каналов продаж или нет).

Ценовая политика

Ценовая политика устанавливает принципы работы с оптовыми каналами торговли и vip-клиентами, регулирует уровни цен в зависимости от объема закупки товара.

Стратегия скидок

Стратегия предоставления скидок и снижения цен устанавливает пределы скидок, размеры скидок в разных каналах продаж, длительность предоставления скидок, сезонность предоставления скидок и пр.