

《产品定价策略与技巧提升》课程大纲

主讲：崔自三

破冰游戏：分组：队长、队名、口号、队歌
培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

引子：

《狮子和羚羊的故事》

第一部分：认识产品价格与定价

一、产品为什么要定价？

- 1、价格是营销4P中的1P
- 2、价格是产品价值的体现

二、关于产品价格的三个观点

- 1、价格是重要但不是唯一的竞争手段
- 2、价格竞争不只是低价竞争
- 3、从卖价格到卖价值

三、产品定价要考虑的四个因素

- 1、成本因素
- 2、竞争因素
- 3、心理因素
- 4、认知因素

头脑风暴：一个杯子的成本是一元钱，如何将它的价格卖得尽可能高？

第二部分：产品定价策略

一、尾数定价策略

- 1、什么是尾数定价策略？
- 2、尾数定价法的特殊效果
 - √便宜
 - √精确
 - √中意
- 3、尾数定价策略缺陷
 - √心理价格形式单一
 - √尾数价格运用于多种业态、多种商品
 - √频繁地、长时间地使用尾数定价策略
- 4、尾数定价法的适用条件
 - √渠道适合尾数定价的原因
 - √渠道不适合尾数定价的原因

二、整数定价策略

- 1、什么是整数定价法？
- 2、整数定价法适用的两种情况
 - √满足客户虚荣心理
 - √满足客户惜时心理

三、心理定价策略

- 1、什么是心理定价策略
- 2、心理定价策略的几种形式
 - √习惯定价策略
 - √招徕定价策略
 - √声望定价策略

第三部分：产品定价的步骤与技巧

- 一、确定你的定价目标
- 二、确定价格范围
- 三、确定竞争性的定价策略
- 四、考虑产品结构、库存成本和销售成本的影响
- 五、选择定价方法
 - 1、建议价或现行价
 - 2、完全成本法
 - 3、总盈余法
 - 4、单一价格/灵活定价
 - 5、撇脂定价
 - 6、渗透定价法
 - 7、购买时间定价法

案例剖析：《产品定价的五个梯次》

六、如何对定价进行修订？

- 1、区域定价
- 2、价格折扣
- 3、促销定价
- 4、差别定价

七、如何应对价格变动？

- 1、如何应对原材料涨价？
- 2、产品价格如何巧妙上涨？

案例讨论：《涨价，涨出一片蓝海》