



# توسعه فروش:

## استراتژی قیمت گذاری

(نرخ گذاری کالا و خدمات)

مدرس:  
محمد رضا نظری

## PRICING POLICY

تعریف قیمت یا نرخ:

بهایی که از وجه رایج یک کشور در برابر کالا و یا خدمات پرداخت می‌شود

## PRICING POLICY

### پیش فرض‌های نرخ گذاری:

وجه رایج کشورها

داد و ستد آنی

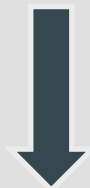
واحد شمارش

پیش فرض قیمت به معنی:

پرداخت آنی بها (بر اساس وجه رایج کشور) و دریافت کالا و خدمات در همان لحظه

## PRICING POLICY

روش های نرخ گذاری:



Top Down

Bottom Up



## PRICING POLICY

در این روش فرآیند قیمت گذاری از محاسبات بهای تمام شده شروع می شود که شامل مواردی از جمله:

ریز مواد اولیه (BOM)

مواد مستقیم

نیروی انسانی

هزینه های دولتی

هزینه های سربار تولیدی و غیر تولیدی

نرخ استهلاک و ...

Bottom Up

## PRICING POLICY

### مزایا و معایب:

Bottom Up

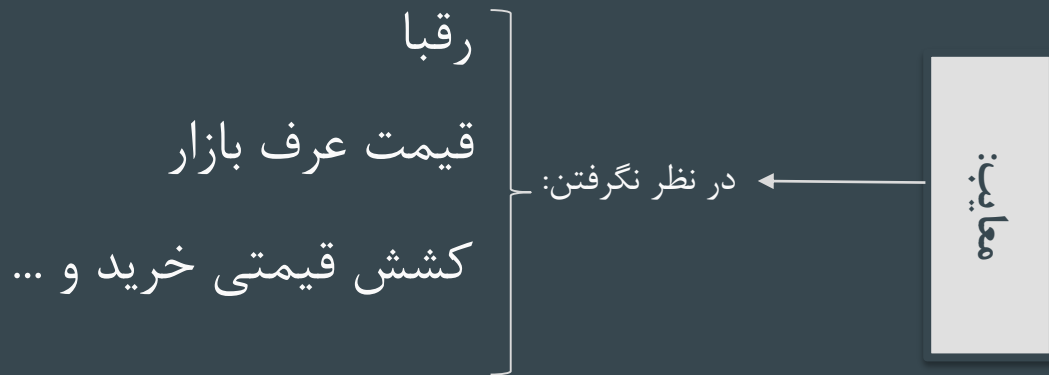
مزایا:

واضح و روشن بودن

شفاف بودن نحوه مانور دادن بر روی  
قیمت نهایی در صورت تغییر قیمت هر  
یک از نهاده‌های قیمت

# PRICING POLICY

## مزایا و معایب:



## PRICING POLICY

این روش معمولاً مبتنی بر پرسشگری است و موارد زیر را در نظر می‌گیرد:

عرف قیمت

رقبا

کشش قیمتی محصول

نظر خریدار و ...

Top Down

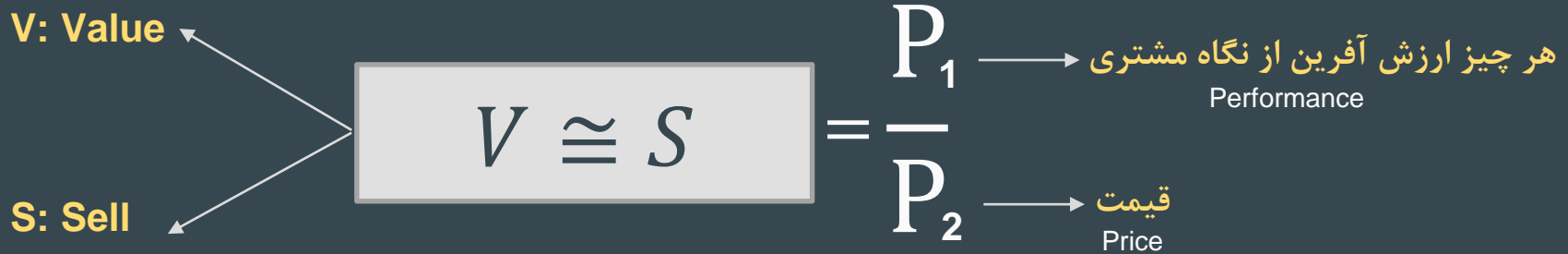




# PRICING POLICY

راهکارهای ایجاد ارزش برای مخاطب جهت خرید کالا یا خدمات

\* تنها چیزی که با فروش رابطه مستقیم و پیوسته دارد **ارزندگی (Value)** است



## PRICING POLICY

فرمول‌های مربوط به نرخ گذاری:

**a:** بهای تمام شده

**b:** بهای فروش (عرف بازار)

**c:** بهای فروش ما

## PRICING POLICY

$$a < c = b$$



Normal Sales  
فروش نرمال

# PRICING POLICY

$$a < c < b$$

آغاز تخفیف  
Discount

**کم:** بیشتر سود با ارائه کننده  
**متوسط:** تسهیم نسبتا مساوی با مشتری  
**زیاد:** بیشتر سود با مشتری

**تخفیف:** تسهیم بخشی از سود با مشتری

## PRICING POLICY

$$a \cong c \leq b$$

حراج  
Sale

رسیدن به مرز بهای  
تمام شده

## PRICING POLICY

$$a > c \leq b$$

بازار شکنی  
Damping

یک سیاست رقابتی برای از میدان به در کردن رقیب، گرفتن بازار جدید و جذب نقدینگی سریع

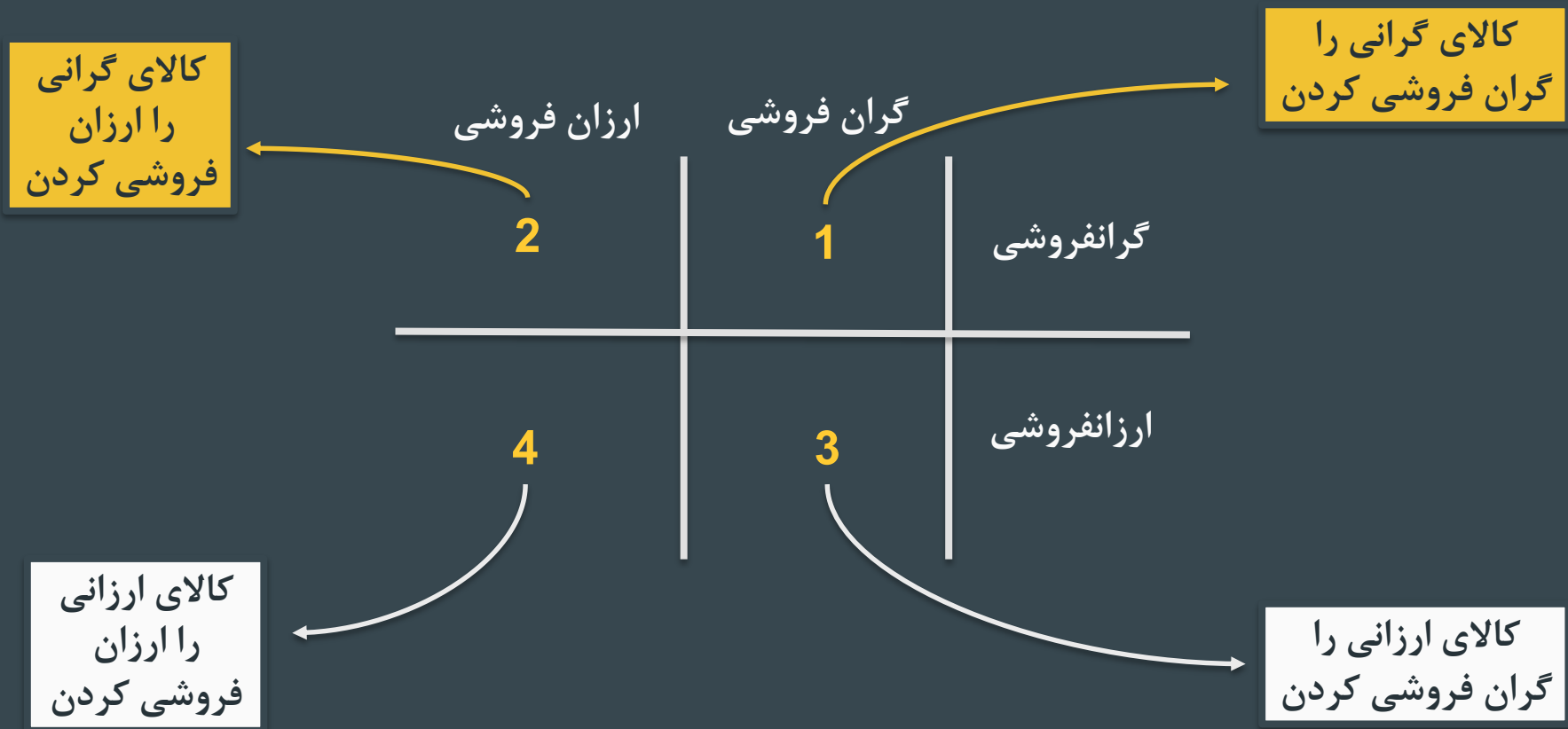
## PRICING POLICY

$$a < c > b$$

گرانفروشی

فروختن یک کالای نرمال بیشتر از بهای تمام شده یا بیشتر  
از رقبا

# PRICING POLICY





## PRICING POLICY

$$\frac{P_1}{P_2}$$

### Sale (تخفیف)

در تخفیف هر آنچه که ایجاد ارزش می کند ثابت می ماند اما بهای کالا/ خدمات کمتر می شود

# PRICING POLICY



## PRICING POLICY

تخفیف نقدی: از مشتری بهای کمتر از چیزی که اظهار کرده ایم دریافت می کنیم

تخفیف نقدی: تشویق مشتری به خرید تعداد زیادی کالا ( ۴ تا بخر، ۵ تا ببر)

# PRICING POLICY

موارد کاربرد تخفیف  
حجمی:

شرکتهایی که کالایی را انبوه تولید و یا وارد می کنند و  
مصرفش هم به صورت انبوه است

موارد کاربرد تخفیف  
نقدی:

معمولا برای کالاها و خدمات کند مصرف

# PRICING POLICY

تخفیف

$$\begin{array}{c} P_1^- \\ \bar{P}_2^- \end{array}$$

ارزش افزایی

$$\begin{array}{c} P_1^+ \\ \bar{P}_2^- \end{array}$$

ارزش افزایی  
مضاعف

$$\begin{array}{c} P_1^+ \\ \bar{P}_2^+ \end{array}$$

سیاست  
چینی

$$\begin{array}{c} P_1^{\downarrow\downarrow} \\ \bar{P}_2^- \end{array}$$

انبارشویی

$$\begin{array}{c} P_1^+ \\ \bar{P}_2^- \end{array}$$

# THANKS

با تشکر از حس توجه شما

