

<<定价圣经>>

图书基本信息

书名：<<定价圣经>>

13位ISBN编号：9787508611075

10位ISBN编号：7508611071

出版时间：2008-4

出版时间：中信出版社

作者：罗伯特·J·多兰,赫尔曼·西蒙

页数：280

译者：董俊英

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<定价圣经>>

内容概要

“我们一定要涨价”、“每天涨1角钱，设法让客户相信他们买得物有所值”，“让市场决定价格”、“我们的价格应该和竞争对手的价格保持一致”，你是不是也这样说过呢？或者干脆只凭经验定价，例如只在成本的基础上加上标准计价？调查显示，有88%的企业没有认真研究过定价。

我们的客户和竞争者都处于一个相当复杂的市场环境中，而很多企业的产品又都实行了“水平式产品扩张”或者“垂直式产品扩张”，这使得定价变得更加复杂。

在这种情况下，如果依然抱着“差不多就行”的心态来定价，无疑将对企业的盈利状况构成严重威胁。

只有敏锐的定

<<定价圣经>>

作者简介

罗伯特·多兰执教于哈佛商学院，讲授课程为《营销管理》，精通产品发展与定价策略，在哈佛大学教授 MBA 与战略营销管理课程，曾著有《战略性营销管理》和《新产品开发的管理》。

<<定价圣经>>

书籍目录

前言第一部分 定价的基本概念第一章 不再让人头疼的定价第二章 价格、成本与利润的关系第三章 价格反应预估第四章 定价与竞争策略第二部分 突破性定价策略第五章 差别定价第六章 国际定价第七章 非线性定价第八章 产品性定价第九章 捆绑销售的产品定价第十章 短期差别定价第十一章 长期差别定价第三部分 定价策略在组织的实施第十二章 高明定价的组织动员第十三章 成为高明的定价者——评估你的定价智商

<<定价圣经>>

章节摘录

第一章 不再让人头疼的定价 内容介绍 如今，竞争压力日增，利润不断被蚕食，商界人士往往会想：“我们一定得涨价！”

然而，随之而来的提议却往往不切实际，例如，计划“明年我们要将价格、销量和利润各提高10%”，但实现这种目标的机会却是微乎其微。

不过，通过更高明的定价来大幅度提高利润空间，却是切实可行的。

试想，对于一家资产达百亿的公司而言，如果公司的首席执行官对其各个部门的销售经理说：“每天涨1角钱！”

设法让你们的客户相信他们买得‘物有所值’！

这些每天从世界各地找来的1角钱都会变成我们的利润——不

<<定价圣经>>

媒体关注与评论

看来圣经才知道，我们一定要涨价！

来源 价值中国网 贺玉海 当全世界都在呼吁降价的时候，我们在这里研究涨价。

看来这一定是个比较有吸引力的课题。

让市场决定价格，这是我们都知道的道理，调查显示，有88%的企业没有认真研究过定价。

你同意吗？

本书选题新颖，适合从事营销和企业经营者阅读，保你耳目一新。

首先，明确一点，“我们一定要涨价”，这是目标。

方法就是借助高明定价者用的定价技巧，以提高利润，并且设法让客户相信你的产品和服务，他们认为买得物有所值！

如果你也想实现这一目的，建议你走进《定价圣经：当今

<<定价圣经>>

编辑推荐

提高1%的价格可使净利润增加12%。

高层管理者、财务总监、市场总监和销售经理，必须掌握的定价体系和定价方法。

价格变化如何影响利润？

顾客如何对价格变化做出反应？

影响价格决策的因素有哪些？

如何协调利润和销量的冲突？

微软、通用汽车、柯达、斯沃琪等各大公司的案例将告诉你价格、成本和利润的关系，让你成为一个高明的定价者。

在所有关键的营销杠杆中，定价是人们谈论最多却又了解最少的一个。

《定价圣经》对定价变量进行了独创性的透彻分析，对确定价格的上限和下限大有裨益。这是一本非常有价值的书，我已将

<<定价圣经>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>