

Prissättning (Kapitel 14)

- En av de fyra konkurrensmedlen i mixen
- "Sålla agnarna från vetet". Affärsmannaskap att hålla i priset.
- Många fallgropar och många möjligheter att vara kreativ
- Att köpa Iphone, då börjar köpet



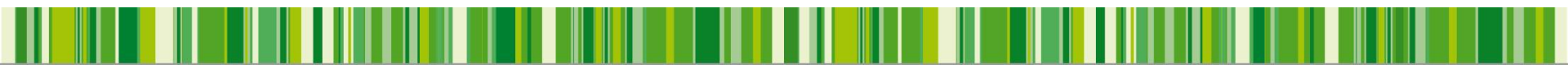
Prissättning (Kapitel 14) – dagens pass

1. Faktorer vid prissättning (interna och externa)
2. Tre prissättningsmetoder
3. Centrala nyckelbegrepp (erfarenhetskurvan, break-even, priselasticitet)
4. Prissättning för en ny produkt
5. Prisanpassningsstrategier för befintliga produkter



Interna faktorer som påverkar priset

- Marknadsföringsmål
- Marknadsstrategi
- Kostnader
- Organisatoriska hänsyn

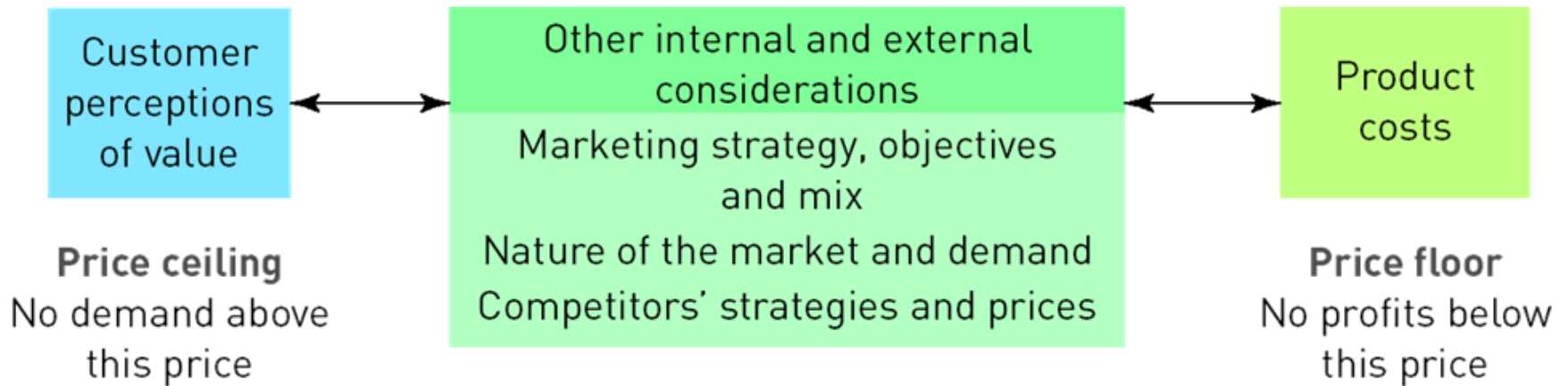


Externa faktorer

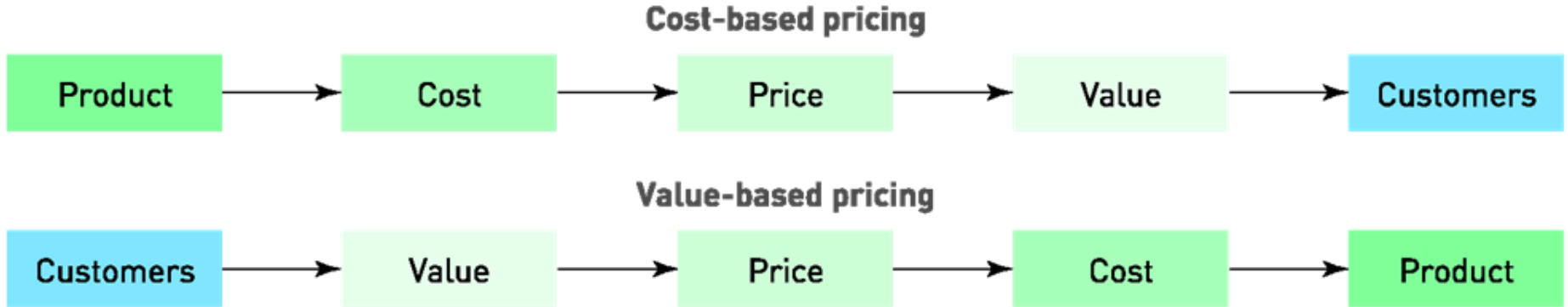
- Marknaden och efterfrågan
- Fri konkurrens
- Monopolistisk konkurrens
- Oligopol
- Monopol



Övergripande prissättningsmodell



Cost-based versus value-based pricing



Värdebaserad prissättning

- **Value-based pricing** uses buyers' perceptions of value, not the seller's cost as the basis for setting price.



Kostnadsbaserad prissättning

Cost-based pricing involves setting prices based on the costs of producing, distributing and selling the product plus a fair rate of return for the company's effort and risk. Costs take two forms, fixed and variable.



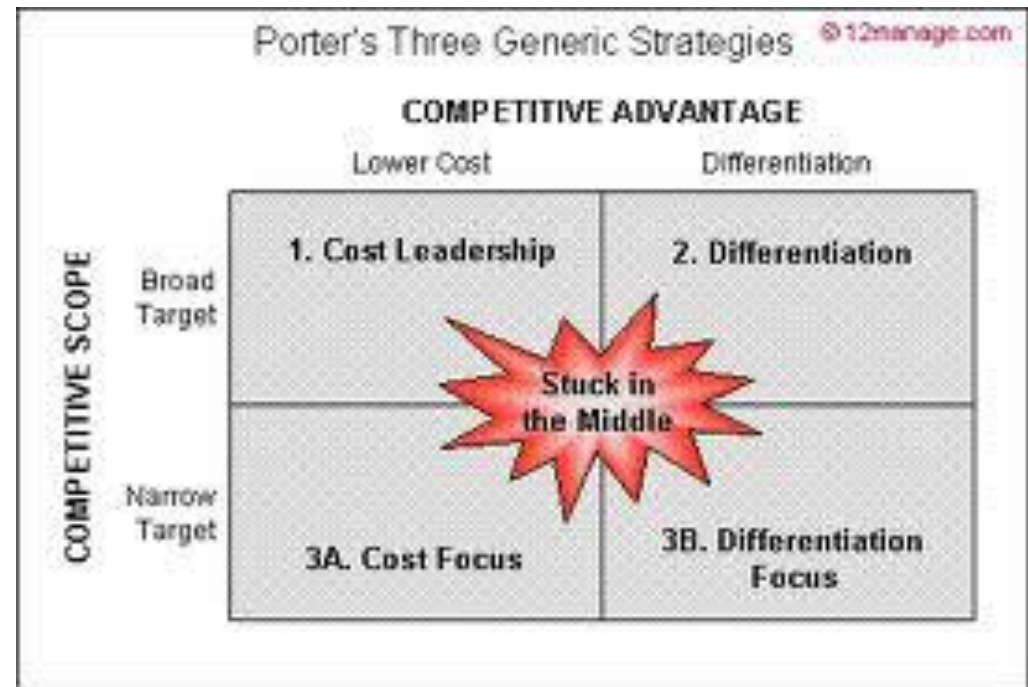
Konkurrensbaserad prissättning

- Utgångspunkten är att kunderna bedömer produktens värde utifrån konkurrenternas motsvarande produkter
- Going-rate pricing
- Sealed-bid pricing (används vid budgivning)



Tre konkurrensstrategier för att uppnå högre vinster än snittet

- **Kostnadsledarskap**
(låga kostnader)
- Differentiering
- Fokusering
(undvika att fastna i ett mellanläge, inget)



Erfarenhetskurvan

The **experience curve** refers to the drop in the average per-unit production cost that comes with accumulated production experience.

