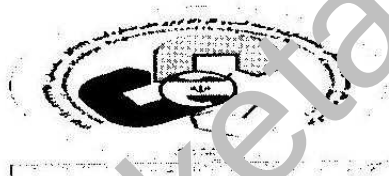


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۲- دست‌نامه:

آشنایی با الگوها و تکنیک‌های قیمت‌گذاری در کسب و کار



مولفین:

سید احمد قاسمی؛ عضو هیات علمی پژوهشکده فرهنگ و هنر و

معماری

مسلم خانی؛ استاد دانشگاه و مشاور کسب و کار و کارآفرینی

۱۳۹۸



یک فروشگاه که توسط فروشگاه دیگر کنترل می شود اما تحت یک

نام جداگانه اداره می شود.

## Contents

|    |                                                                  |
|----|------------------------------------------------------------------|
| ۱۱ | مفهوم قیمت و قیمتگذاری را در استراتژی بازاریابی تشریح کنید؟      |
| ۱۳ | قیمت:                                                            |
| ۱۵ | روشهای قیمتگذاری: عنوان نمونه بیان نمایید؟                       |
| ۱۶ | مفهوم قیمتگذاری:                                                 |
| ۱۶ | اهداف قیمتگذاری:                                                 |
| ۱۷ | روش قدیمی قیمتگذاری:                                             |
| ۱۸ | عوامل اثرگذار بر قیمتگذاری کدامند؟                               |
| ۲۰ | روشهای قیمتگذاری Pricing را بیان کنید؟                           |
| ۲۰ | روشهای مؤثر قیمتگذاری:                                           |
| ۲۰ | تأمین منابع خارجی:                                               |
| ۲۳ | قیمت Price را چگونه تعیین کنید؟                                  |
| ۳۰ | روش های قیمت گذاری محصولات و خدمات                               |
|    | اولین گام در فرآیند قیمت گذاری درست بر روی محصولات این است که به |
| ۳۱ | سوالات زیر پاسخ دهید:                                            |
| ۳۳ | اعمال قیمت یا قیمت گذاری بر روی محصولات به روش رخنهای:           |

|                                                                                                                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| قیمت گذاری یا اعمال قیمت بر روی محصولات به روش دسته ای در روش قیمت گذاری دسته ای بنگاه اقتصادی در یک پکیج چند محصول را با قیمتی کمتر از قیمت مجموع هر کدام از محصولات به بازار ارائه می کند..... | ۳۴ |
| اعمال قیمت بر روی محصولات به روش دو تعرفه های ..... ۳۴                                                                                                                                           | ۳۴ |
| قیمت گذاری یا اعمال قیمت بر روی محصولات به روش میزان خرید.....                                                                                                                                   | ۳۵ |
| اعمال قیمت بر روی محصولات به روش طبقه بندی قیمت.....                                                                                                                                             | ۳۵ |
| اعمال قیمت یا استراتژی قیمت گذاری بر روی محصولات به روش قیمت گذاری حسی.....                                                                                                                      | ۳۶ |
| استراتژی ..... ۳۷                                                                                                                                                                                | ۳۷ |
| طراحی یک طرح مالی و استراتژی قیمت گذاری Pricing Strategies : ..... ۳۷                                                                                                                            | ۳۷ |
| ۱- روش های قیمت گذاری بر اساس تقاضای بازار.....                                                                                                                                                  | ۴۰ |
| ۲- روش های قیمت گذاری بر اساس رقابت با رقیب در بازار فروش محصولات.....                                                                                                                           | ۴۶ |
| ۱-۲- روش قیمت گذاری جهت یافتن جایگاه در بازار.....                                                                                                                                               | ۴۸ |
| ۳- روش های قیمت گذاری بر اساس بهاء تمام شده محصول.....                                                                                                                                           | ۵۱ |
| طرح های قیمت گذاری.....                                                                                                                                                                          | ۵۷ |
| مبادله پایایی.....                                                                                                                                                                               | ۵۷ |
| چانه زنی فرد به فرد.....                                                                                                                                                                         | ۵۷ |
| قیمت مقطوع.....                                                                                                                                                                                  | ۵۸ |
| قیمت گذاری مزایده ای.....                                                                                                                                                                        | ۵۸ |
| استراتژی های قیمت گذاری.....                                                                                                                                                                     | ۵۹ |
| روش کره گیری.....                                                                                                                                                                                | ۶۵ |

- ۶۶..... قیمت‌گذاری رخنه‌ای
- ۶۷..... قیمت‌گذاری دسته‌ای
- ۶۷..... قیمت‌گذاری دو تعرفه‌ای
- ۶۷..... قیمت‌گذاری میزان خرید
- ۶۸..... دسته‌بندی قیمت
- ۶۸..... قیمت‌گذاری روانی
- ۶۸..... اثر فناوری اطلاعات بر طرح‌های قیمت‌گذاری
- ۷۰..... عوامل اثرگذار بر قیمت‌گذاری
- ۷۱..... ساده‌ترین تعریف برای قیمت آن است که:
- ۷۳..... ویژگیهای بازارهای صنعتی
- ۷۶..... عوامل مؤثر بر قیمت‌گذاری محصولات صنعتی
- ۹۰..... منابع

## مقدمه:

موضوع قیمت گذاری جهت جذب مشتری و موفقیت در عرصه رقابت و پایبندی مشاغل بسیار مهم و موضوعی تخصصی و علمی است. استخراج قیمت تمام شده و شناخت درست از مشتری برای تنوع و تعیین قیمت مهم است. شاید مواردی که در قیمت گذاری بتواند سبب رضایت و وفاداری مشتری گردد از سایر موارد اهمیت بیشتری داشته باشد.

عنصر اول مورد ارزیابی و پرسش مشتری در بازار برای دریافت ارزش موضوع قیمت است. تناسب قیمت با میزان ارزش دریافتی توسط مشتری و تولید کننده باید تناسب داشته باشد.