



اسنادات اوسان رور

اجرای استراتژی قیمت گذاری

عملیاتی کردن استراتژی های قیمت گذاری

مؤلف:

آلبریس هینترهابر، استفان ام. لیوزو

مترجمین:

سید رضا جلال زاده

(عضو هیات علمی دانشگاه خاتم)

مرضیه بابایی

www.ketab.ir

مشخصات کتاب

سرشناسه: اندرس هیتنرهاپر، استفان ام. لیوزو
عنوان و نام پدیدآور: اجرای استراتژی قیمت گذاری:
عملیاتی کردن استراتژی های قیمت گذاری / مولف
اندرس هیتنرهاپر، استفان ام. لیوزو؛
مترجمین سیدرضا جلال زاده، مرضیه بابایی.
مشخصات نشر: تهران: ادبیان روز، ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری: ۲۳۶ صفحه
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۲-۰۲-۳
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
موضوع: قیمت گذاری / Pricing
موضوع: Pricing strategy implementation
translating pricing strategy into results / ۲۰۱۹
رده بندی کنگره: HF۵۴۱۶/۵
رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۱۶
شماره کتابشناسی ملی: ۷۴۲۹۶۴۴

دست اندرکاران

صفحه آرا: گلنوش صلاحی
طراح جلد: محمد رحیمی
شمارگان: ۵۰۰ جلد
قیمت: ۷۵۰۰۰ تومان
تاریخ انتشار: ۱۴۰۰
نوبت چاپ: اول
چاپ و صحافی: سرمدی

انتشارات ادبیان روز

ناشر تخصصی کتاب های مدیریت،
بازاریابی، کسب و کار و تبلیغات



کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادبیان روز
می باشد و هر گونه استفاده از این کتاب (کپی،
تکثیر، استفاده در کارگاه های آموزشی) بدون
اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

ساختمان ۲۸۶، طبقه اول، واحد ۵،

تلفن ۶۶۹۵۶۸۱۲-۱۵

۱۵	بخش اول: مقدمه
----	----------------

۱. اجرای استراتژی های قیمت گذاری (آندرس هینترهابر و استفان ام. لیوزو) ۱۷

۲۷	بخش دوم: هماهنگی سازمانی در جهت اجرای استراتژی های قیمت گذاری
----	---

۲. اجرای استراتژی های قیمت گذاری: چهارچوبی برای کسب سود از طریق بررسی حرکات قیمت

- (آندرس هینترهابر) ۲۹

۳. ارزیابی هزینه فرصت از دست رفته: مصاحبه ای با مارک شفر

- (آندرس هینترهابر، اواندرو پولونو و مارک شفر) ۴۵

۶۱	بخش سوم: اجرای استراتژی قیمت گذاری: نقش نیروی فروش
----	--

۴. نقش نیروی فروش در اجرای استراتژی قیمت گذاری (آندرس هینترهابر و فرانک سپیدس) ۶۳

۵. نقش مدیر واحد حسابداری استراتژیک به عنوان رهبر اکوسیستم: کسب سود از طریق قیمت گذاری

- (آندرس هینترهابر و برنارد کوانکار) ۷۵

۶. طراحی برنامه جبران خدمات نیروی فروش با هدف بهبود اجرای استراتژی های قیمت گذاری

- (استفان ام. لیوزو) ۹۱

۱۰۹	بخش چهارم: اجرای استراتژی های قیمت گذاری: نقش بازاریابی
-----	---

۷. اجرای استراتژی های قیمت گذاری از طریق تدوین و اجرای برنامه های تخفیفی

- (اواندرو پولونو و جوزه ولا) ۱۱۱

۸. طبقه بندی مشتریان در بنگاه های B2B (استفان ام. لیوزو و کتی ریچاردسون) ۱۱۹

۹. برنامه های آموزشی برای بهبود در اجرای استراتژی های قیمت گذاری (استفان ام. لیوزو) ۱۳۱

۱۰. رویکرد ساختار یافته در اجرای استراتژی قیمت گذاری (اینگو هینک) ۱۳۹

۱۵۱	بخش پنجم: اجرای استراتژی های قیمت گذاری که به برد در معاملات منجر می شود
-----	--

۱۱. قیمت گذاری معاملات بزرگ: دیدگاهی درباره قابلیت ها و ابزارهایی که به سودآوری در معاملات

- بزرگ کمک می کند (آندرس هینترهابر) ۱۵۳