

<<定价圣经>>

图书基本信息

<<定价圣经>>

内容概要

价格一直是市场营销手段中屡试不爽的终极武器。

降价既可能为企业带来薄利多销的诱人前景，也可能让企业陷入亏损的不复境地；而涨价对企业也许意味着利润增长，但更可能导致企业失去市场份额。

面对两难的抉择，你究竟如何应对？

本书对此提出了迥异于常理的营销观点：只要价格变动1%，利润就有可能跃升200%！

激烈的市场竞争使得那些知名公司都在企业盈亏的钢丝绳上表演着定价的杂技：如果可口可乐公司的价格提高1%，将会使企业的纯利润增加6.4%；如果富士胶卷的价格提高1%，它的利润就会跃增16.7%；雀巢公司则是惊人的17.5%；而福特公司和飞利浦公司则把这个比例分别提升了26%、28.7%。

对于这些企业而言，定价是否得当甚至可能意味着巨额盈利与大幅亏损的天壤之别。

本书引用了斯沃琪、诺基亚、微软、通用汽车、柯达胶卷、葛兰素制药厂等诸多全球知名企业的定价案例，详述了企业定价的基本概念，揭示了成本、价格和利润之间的微妙关系，并进一步介绍了差别定价、竞争和策略定价、国际定价、非线性定价、产品线定价、捆绑销售定价、短期差别定价、长期差别定价等各种营销活动和产品的定价方法。

书中丰富的例证和深入浅出的释义，让定价策略变得鲜活和生动，使定价从营销难题变为盈利利器！

<<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 产品线定价

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 定价策略在组织中的实施

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>>

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>