

روشهای قیمت گذاری



علیرغم اهمیت روز افزون عوامل غیر قیمتی در فرآیند بازاریابی جدید، قیمت به عنوان یکی از عوامل مهم آمیخته بازاریابی شناخته شده است. چه بسیارند کالاهای مرغوب و مقرون به صرفه ای که به دلیل قیمت گذاری اشتباه، از طرف خریداران انتخاب نشده اند و زیانهای هنگفتی را به شرکت تحمیل نموده اند. در این کتاب بیش از ۳۰ نوع از سیاستها و خط مشی ها و روشهای مختلف قیمت گذاری مورد بررسی قرار گرفته است تا خواننده بتواند با اتخاذ مناسبترین سیاست قیمت گذاری منافع کسب و کار خود را حداکثر نموده و در شرایط مختلف آنها را به طور مناسب تری تعدیل نماید.

علیرضا مجاهدی نسب

فهرست عناوین

۳.....	مقدمه
۵.....	فصل اول: مثالی از قیمت گذاری
۹.....	فصل دوم: تعیین سیاست قیمت گذاری
۲۲.....	فصل سوم: انتخاب روش قیمت گذاری
۳۵.....	فصل چهارم: عوامل مؤثر بر انتخاب قیمت نهایی
۳۸.....	فصل پنجم: سیاست‌های تعدیل قیمت فروش
۵۲.....	فصل ششم: سیاست‌های قیمت گذاری کالاهای جدید
۵۸.....	فصل هفتم: تغییر قیمت‌ها و واکنش‌های لازم
۶۵.....	فصل هشتم: سخن آخر با مصرف کننده است
۶۹.....	ضمیمه: آمیخته بازاریابی
۷۲.....	منابع و ماخذها: منابع کتاب
۷۳.....	درباره: درباره مولف و کتاب

مقدمه

علیرغم اهمیت روز افزون عوامل غیر قیمتی در فرآیند بازاریابی جدید قیمت به عنوان یکی از عوامل مهم آمیخته بازاریابی شناخته شده است. بقاء، به حداکثر رساندن سود فعلی، رهبری بازار و افزایش سهم بازار از جمله اهداف متداول قیمت گذاری هستند که مدیران بازار همیشه در پی آن بوده‌اند. چه بسیارند کالاهای مرغوب و مقرون به صرفه‌ای که به دلیل قیمت گذاری اشتباه، از طرف خریداران انتخاب نشده‌اند و زیان‌های هنگفتی را به شرکت تحمیل نموده‌اند. بهایی که خریدار بابت کالایی می‌پردازد باید ارزشی که او از کالا انتظار دارد را به او منتقل نماید. در این کتاب که بیش از ۳۰ روش قیمت گذاری و سیاست‌های مختلف تعیین قیمت مورد بررسی قرار می‌گیرند، سعی شده است تا انواع مختلف سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها و اهداف متداول در قیمت گذاری معرفی شود تا خواننده پس از کسب شناخت بیشتر، بتواند در خصوص تعیین قیمت محصولات و خدمات خود با دید

وسیعتری تصمیم بگیرد و با اتخاذ مناسبترین سیاست قیمت گذاری منافع کسب و کار خود را حداکثر نموده و واکنشهای احتمالی مشتریان و رقبا را تشخیص دهند.

نویسنده که خود مدیریت ارشد یکی از واحدهای موفق صنعتی کشور را بر عهده دارد در این کتاب سعی نموده است تا خواننده را به اجمال با انواع روشها و سیاستهای قیمت گذاری آشنا نماید.

بدیهی است که بدلیل تنوع بازارها و شرایط ارائه محصول و خصوصیتهای خود محصول نمیتوان از یک سیاست در تمامی مراحل عمر یک محصول استفاده نمود و این کتاب دقیقاً میتواند به شما کمک کند تا در شرایط مختلف سیاستهای قیمت گذاری خود را به طور مناسبتری اتخاذ نمایید.

این کتاب انواع روشها و سیاستهای قیمت گذاری را به شما خواهد آموخت تا بتوانید با بهترین قیمت گذاری برای کالای خود، فروش و سوددهی آن را حداکثر نمایید.

بعد از مطالعه کتاب پی خواهید برد که قیمت فعلی محصولات شما چقدر در راستای سیاستهای قیمت گذاری شما بوده است و در صورت نیاز باید برای دستیابی به اهدافتان چه تغییراتی در قیمتهایتان اعمال نمایید.

فصل

۱

مثالی از قیمت گذاری

فصل

۲

تعیین سیاست قیمت گذاری

فصل

۳

انتخاب روش قیمت گذاری

فصل

۴

عوامل مؤثر بر انتخاب قیمت نهایی

فصل

۵

سیاست‌های تعدیل قیمت فروش

فصل

۶

سیاست‌های قیمت‌گذاری کالاهای جدید

فصل

۷

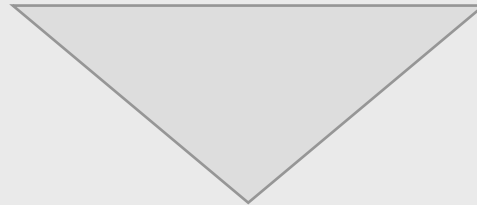
تغییر قیمت‌ها و واکنش‌های لازم

فصل

۸

سخن آخر با مصرف کننده است

ضمیمه



آمیخته بازاریابی

منابع و ماخذ:

1. Philip Kotler, Marketing Management 11 edition, Prentice Hall, May 2002, USA
- ۲- فیلیپ کاتلر، مدیریت بازاریابی ویرایش نهم، ترجمه بهمن فروزنده، نشر آتروپات، تهران ۱۳۸۱
- ۳- محمد بلوریان تهرانی، طراحی استراتژی و برنامه ریزی و مهارت‌های فروش و فروشندگی حرفه ای، چاپ و نشر بازرگانی، تهران ۱۳۸۲
- ۴- نارش ک.مال هاترا، تحقیقات بازاریابی، ترجمه محمد زنجانی، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران ۱۳۷۸
- ۵- احمد روستا، داور ونوس، عبدالحمید ابراهیمی، مدیریت بازاریابی، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، تهران ۱۳۷۵

درباره

مؤلف:

علیرضا مجاهدی نسب - ۱۳۵۰ تهران
مدیر عامل شرکت رادان تحریر
عضو پیوسته انجمن مدیریت ایران
عضو فردی انجمن مدیریت کیفیت ایران
دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی - سازمان مدیریت صنعتی
لیسانس مدیریت صنعتی



خرید کتاب

برای خرید کتاب علاوه بر کتاب
فروشی های محل و فروشگاههای
اینترنتی کتاب میتوانید از طریق
سایت مؤلف و از طریق پستی این
کتاب و ارائه های مختلف آنرا
تهیه فرمایید.

برای اطلاعات بیشتر یا خرید

کتاب [اینجا کلیک نمایید](#)

قیمت پست جلد ۹۵۰۰ ریال

۱۳۰ صفحه - قطع جیبی

نحوه تماس:

برای تماس با علیرضا مجاهدی میتوانید از طرق زیر اقدام نمایید:

alireza@mojahedi.ir

پست الکترونیکی:

تهران صندوق پستی ۵۴۴۱-۱۴۱۵۵

آدرس پستی:

۰۲۱ - ۸۸۹۰۶۸۶۸

فاکس:

وب سایت:

برای کسب اطلاعات بیشتر در خصوص علیرضا مجاهدی و سوابق وی

میتوانید به سایت اینترنتی www.mojahedi.ir و برای مطالعه مطالب

روزانه و دست نوشته ها میتوانید به وبلاگ weblog.mojahedi.ir

مراجعه نمایید

قابل توجه فروشگاههای الکترونیکی عرضه کننده کتاب

چنانچه قصد دارید این کتاب را در سایت خود به فروش بگذارید لطفا لینک دسترسی به آن را به نویسنده ارسال فرمایید تا فروشگاه شما در لیست فروشندگان اینترنتی کتاب معرفی گردد.

حق تالیف

استفاده از کلیه متون و عکسها و جدولهای این فایل فقط در موارد غیر تجاری و با ذکر ماخذ مجاز میباشد.



کلیدهای میانبر

برای تغییر سایز نمایش این متن از دکمه های میانبر استفاده نمایید:

کلیدهای میانبر	شرح
[Ctrl] + [+]	تصویر بزرگتر (زوم به داخل)
[Ctrl] + [-]	تصویر کوچکتر (زوم به خارج)
[Ctrl] + [L]	تمام صفحه / تصویر عادی