

۱- قیمت گذاری

اگر می خواهید بدانید قیمت گذاری شما بدرستی انجام شده ، از این چک لیست استفاده کنید.

ملاحظات

- قیمت گذاری به معنی تصمیم گیری در مورد قیمت کالاها و خدماتی است که شما به مشتریان خود می فروشید.
- برای تعیین قیمتها، شما باید از هزینه های خود آگاه باشید. اگر از هزینه های خود آگاه نباشید، نمی دانید کسب و کار شما سودآور است یا زیان ده.
- بسیاری از شرکتها ممکن است هزینه های خود را به درستی محاسبه نکنند و به دلیل اشتباه در برآورد هزینه ها زیان ببینند.

چک لیست

- آیا مشتریان شما به طور کلی از قیمت و کیفیت محصولات شما راضی هستند؟
- آیا روش قیمت گذاری شما سود مورد انتظار را تأمین می کند؟
- آیا قیمت گذاری شما با جایگاه برندتان در بازار همخوانی دارد؟
- قیمت کالاها یا خدمات مشابه در میان رقبا چقدر است؟
- آیا ساختار قیمت گذاری شما امکان ارائه تخفیف به مشتریان عمده را فراهم می کند؟
- اگر یکی از رقبا جنگ قیمت را با شما آغاز کند و قیمت محصول مشابه شما را کاهش دهد، آیا می دانید شما نیز تا چه حد می توانید قیمت کالای خود را کاهش دهید و با او رقابت نمایید؟
- آیا روش قیمت گذاری فعلی شما صحیح و سودآور است؟
- قیمت کالاها یا خدماتی که می توانند جانشین کالاها یا خدمات شما باشند و ممکن است مشتریان شما آنها را انتخاب کنند چقدر است؟
- توان پرداخت و تمایل مشتریان شما برای قیمت های ارائه شده چگونه است؟
- اگر قیمت مواد اولیه افزایش یابد، آیا برنامه ای برای افزایش قیمت محصولات خود دارید؟
- آیا پیش بینی ای از واکنش مشتریان نسبت به افزایش قیمت و کاهش قیمت دارید؟

- آیا می‌توانید نرخ تورم قیمتها در کشور یا شهر محل زندگی خود را تخمین بزنید؟
- آیا رقم هزینه کل عملیات بنگاه خود در سال گذشته را می‌دانید؟
- آیا قیمت‌گذاری شما با استراتژی‌های طولانی‌مدت کسب‌وکارتان همخوانی دارد؟
- آیا از ابزارهای هوش مصنوعی یا تحلیل داده برای شبیه‌سازی سناریوهای مختلف قیمت‌گذاری استفاده کرده‌اید؟
- آیا قیمت‌های شما برای بازارهای مختلف (محلی و بین‌المللی) تنظیم شده‌اند؟
- آیا برنامه‌ای برای تخفیفات کالایی (مقداری) دارید؟
- آیا برنامه‌ای برای تخفیفات قیمتی دارید؟
- گاهی اوقات، شما خودتان می‌توانید نامناسب بودن قیمت‌های خود را متوجه شوید. در شرایط زیر ممکن است قیمت‌ها خیلی گران باشد:
 - هدف فروش شما محقق نمی‌شود.
 - سفارشات بزرگ را از دست می‌دهید.
 - فروش برخی محصولات پایین‌تر از بقیه است.
 - موجودی انبار بیش از حد است.
 - شکایات مشتریان افزایش یافته است.
- در شرایط زیر ممکن است قیمت‌ها پایین باشد:
 - سفارشات دریافتی از توان تولید شما بیشتر است.
 - موجودی کالا مرتباً به صفر می‌رسد.
 - فروش خوب است، اما سود کلی بنگاه رضایت‌بخش نیست.

ملاحظات استفاده از این چک لیست

- ✓ این چک لیست در مورد روش‌های قیمت‌گذاری نیست. در این مورد بیشتر مطالعه کنید.
- ✓ هر بار که قصد افزایش یا کاهش قیمت را داشتید، این چک لیست را مرور کنید.
- ✓ مطمئن شوید که تخفیف‌ها تأثیر منفی بر درک ارزش محصول توسط مشتریان ندارند.
- ✓ اثرات روان‌شناختی قیمت (مانند استفاده از قیمت‌های عددی خاص مثل ۹۰۹۹) را در نظر بگیرید.

- ✓ با ابزارهایی مانند تحلیل حساسیت قیمت (Price Sensitivity Analysis) قیمت‌های بهینه را شناسایی کنید.
- ✓ تست قیمت در گروه‌های کوچک مشتریان پیش از اجرای کامل.
- ✓ بررسی رفتار مشتری در واکنش به تغییر قیمت‌ها و استفاده از داده‌های این تحلیل برای تنظیم استراتژی.

طراحی و تدوین:

مهدی ترکمان

مشاور برندسازی و توسعه کسب و کار