

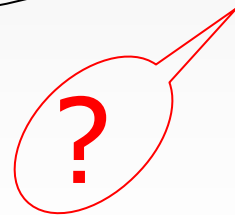
ניהול מחירים ככלי לרווחיות

ענבל אלוני-אופיר

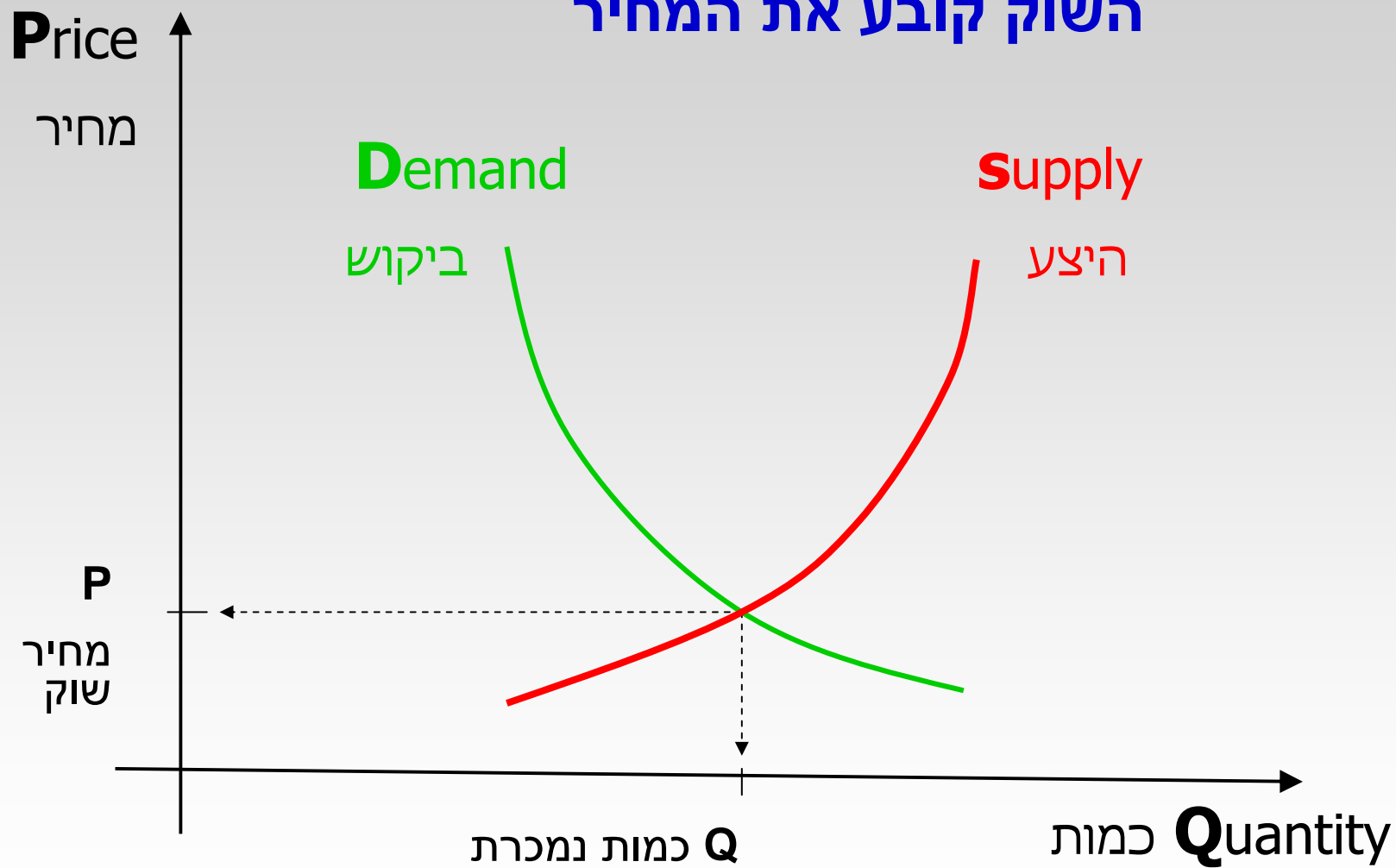
חשיבות המחיר כמשתנה החלטה ניהולי

למחיר השפעה ישירה, מיידית וניתנת
למדידה כמותית, על רווחי החברה.

$$\text{Profit} = \text{sales volume} \times \text{price} - \text{costs}$$



הגישה הכלכלית השוק קובע את המחיר



מקרה "המגש הדקורטיבי"

מגש - גרסה א'

לפניכם מגש עץ מקושט.
המגש מיוצר בסין והגיע בכמות גדולה לארץ
לקראת החגים.
מהו המחיר בו תציעו למכור את המגש
ללקוחות ?

20-50 ₪

מגש - גרסה ב'

לפניכם מגש עץ מקושט.
המגש עוצב על ידי מעצבת ישראלית ונבנה
בעבודת יד אמיתית פה בארץ.
מהו המחיר בו תציעו למכור את המגש
ללקוחות ?

₪ 60-120

הגישה השיווקית

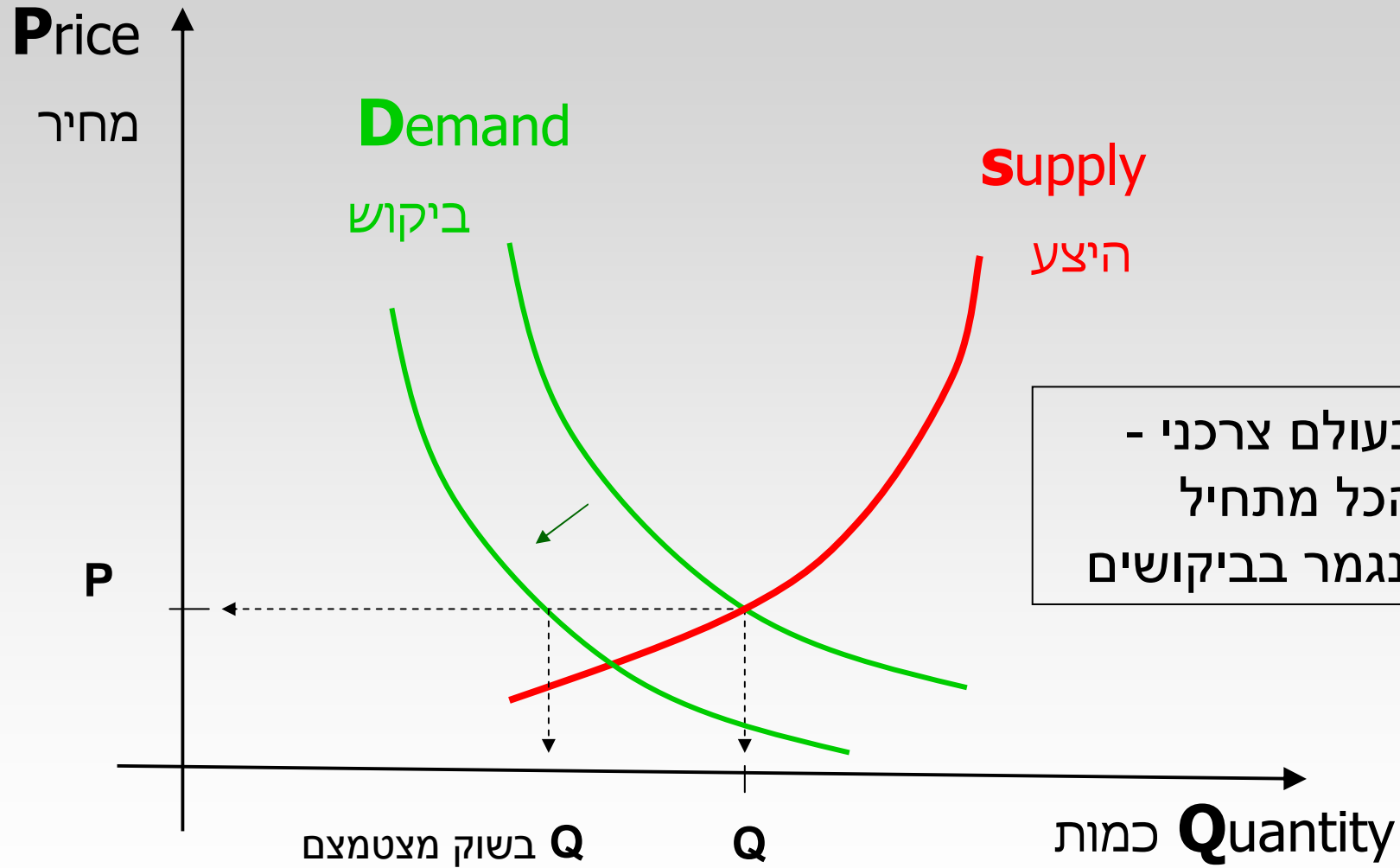
- היצרן כ-price-maker
המחיר כמשתנה החלטה
ניהולי
- הצרכן יצור אנושי –
הטיות וכשלים בקבלת
החלטות

הגישה הכלכלית

- היצרן כ-price-taker
המחיר נקבע על ידי
השוק
- הצרכן יצור רציונלי –
קבלת החלטות על
בסיס כלכלי מושלם

השלכות המיתון

תקופת מיתון ← ירידה בהקיפי מסחר



ממה מורכבת הירידה בביקושים:

1. דחיית השקעות
2. ויתור על מותרות והוצאות nice to have
3. מעבר לחלופות זולות
4. הפחתת כמויות

← הצטמצמות לפעילויות והוצאות חיוניות
להשרדות בטווח הקצר

אפקט "כדור השלג"

התגובה של כל גורם בערוץ ההפצה מעצימה את הצמצום בהיקף המסחר ויוצרת מעגל המרחיב את עצמו באופן מחזורי



* שיעור האבטלה במשק הישראלי החל לעלות רק בדצמבר 2008

השלכות מרכזיות של המיתון על התנהגות צרכנים

- מעבר לחשיבה "רציונלית" של צרכנים
- חיפוש "דילים" והזדמנויות לחסכון
- ירידה בתגובה לפרסום תדמיתי
- עלייה בתגובה לפרסום מבצעים אגרסיביים
- עלייה בתגובה לקד"מ ישיר
- גלישה במדרג המיצוב של המותגים והחלופות בשוק

ניהול מחירים

המחיר בתפיסה הצרכנית

איכות נתפסת, מטרות ותועלת
אישיות, תרומה לערך עצמי

Value



Money

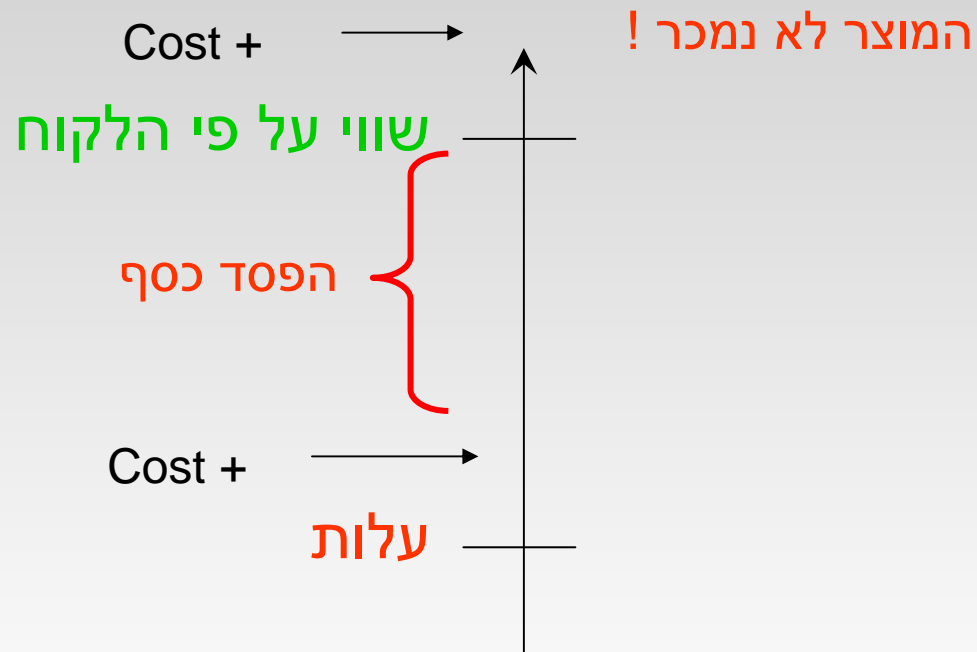
תשלום בפועל, עלויות נלוות
אישיות, מחיר יחוס, תפיסת
עלות אישית (מצב כלכלי,
סיטואציה רכישה, מצב רוח).

פרמטר מרכזי – רגישות למחיר אישית בענף הספיציפי

שיטות המחרה מקובלות

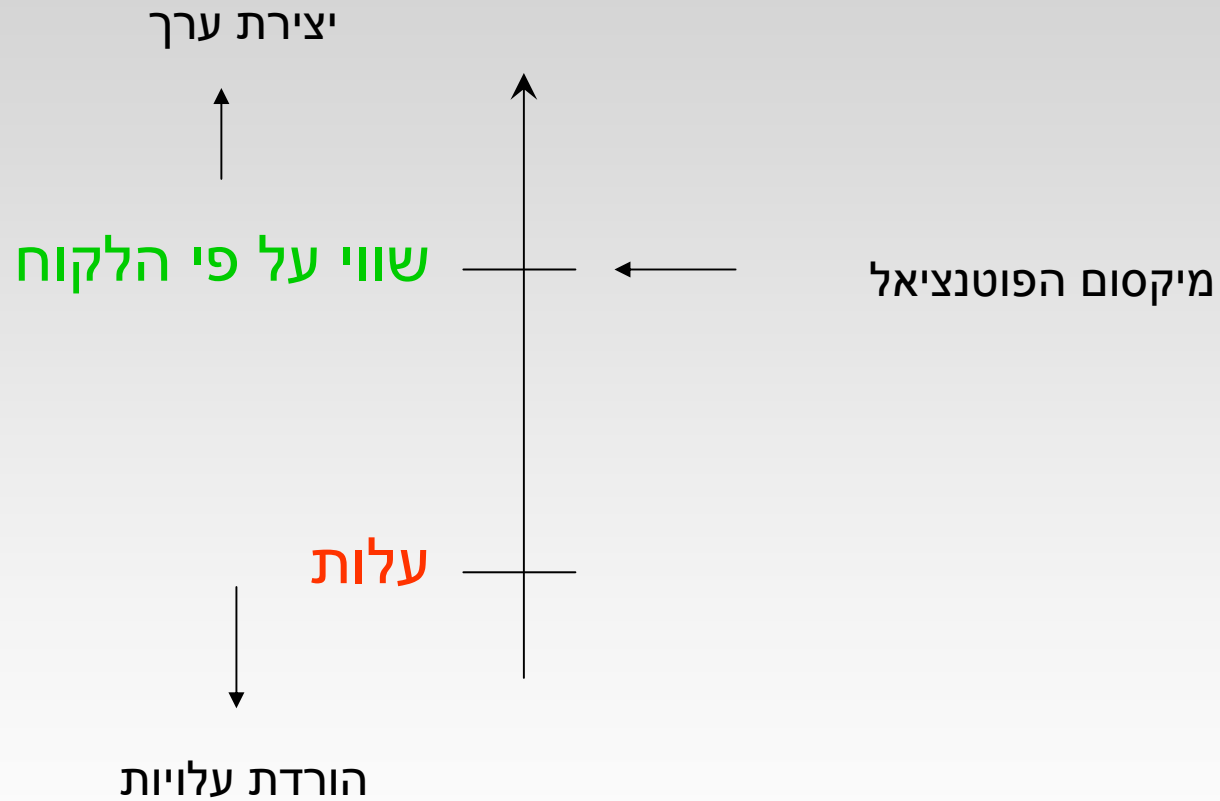
קביעת המחיר

Cost+



קביעת המחיר

המחירה על פי תפיסת הלקוחות



קיצור דרך – המחרה לפי מתחרים

לא מתאים:

- מוצר או קטגוריה חדשים
 - פתיחת רובד סופר-פרמיום ("לחם ארז")
 - מונופולים ומובילי שוק:
- עלית בשוקולדים או קפה, ויסוצקי בתחום
התה, "הארלי" באופנועי קסטום, מיקרוסופט
בתוכנות משרדיות

טיפול במחירים בתקופת מיתון

טיפול בתפיסת המחיר בנקודות מכירה

- הנחות על מוצרי עוגן
- פינת המציאות
- דאמפרים, מדבקות מבצע, אריזות "חסכון"
- אנשי המכירות – "מחיר מצויין", "עכשיו בדיוק ירד המחיר"...
- 9.99 – עובד!

IBM Special offers - System x and BladeCenter - United States - Windows Internet Explorer

http://www.ibm.com/products/specialoffers/us/en/xseries_servers.html

United States [change]

Home Solutions Services Products Support & downloads My IBM Welcome [IBM Sign in][Register]

Special offers - System x and BladeCenter









Promotions and featured products

Conquer your budget challenges

Reduce costs and improve performance with IBM System x and BladeCenter solutions

→ Learn more

Today's System x and BladeCenter featured offers

 <p>Save up to 20% on select System x and BladeCenter Express servers. Expires: 03/31/09.</p>	 <p>Save 50% off IBM BladeCenter S SAS RAID Controller Module. Expires: 04/30/09.</p>
 <p>Save 35% on IBM Server RAID MR10is Vault Controller. Expires: 04/30/09.</p>	 <p>Save up to 48% off IBM BladeCenter HC10 workstation servers. Expires: 03/31/09.</p>
 <p>2+2 = Investment protection Simple math that HP and Dell cannot solve.</p>	 <p>IBM BladeCenter Helping NFL teams and other small but powerful businesses.</p>
 <p>Shop IBM Clearance Corner This truckload of savings will be moving out soon.</p>	 <p>Blue Blade Bundle The industry's leading blade server solution now comes in a very attractive package.</p>

*Savings based on cost of items if purchased separately on Single Unit Purchase Price (SUPP). Cannot be combined with other offers or promotions. Offers valid from IBM in the US only. Limit 10 offers per...

We're here to help

Easy ways to get the answers you need. Or call us at 1-866-426-0472. Priority code: 6N7AH30W

Request a quote E-mail us

Shop for System x and BladeCenter

- Shop for all System x products
- Shop for all BladeCenters products
- System x and BladeCenter events
- System x and BladeCenter training
- Server financing offers

RSS Subscribe to our latest

100% | מצב מוגן: פועל | אינטרנט | http://www.ibm.com/shop/americas/content/quote/store_IBMPublicUSA/en_US/email_a_rep.html

15:50 | EN | IBM Special offers | USP | שיווק במיתון | Symantec | תיבת דואר נכנס -

טיפול בתפיסת המחיר

שירותים ו-B2B

- שינוי מבנה מחירון
- מעבר למבנה מודולרי – לפרק למרכיבים זולים
- מחיר "חדירה" ללקוח – "רגל בדלת". ניצול ההזדמנות של פתיחת חוזים עם ספקים
- לתת יותר בלי לשנות את המחיר

טיפול בתפיסת המחיר

תקשורת שיווקית

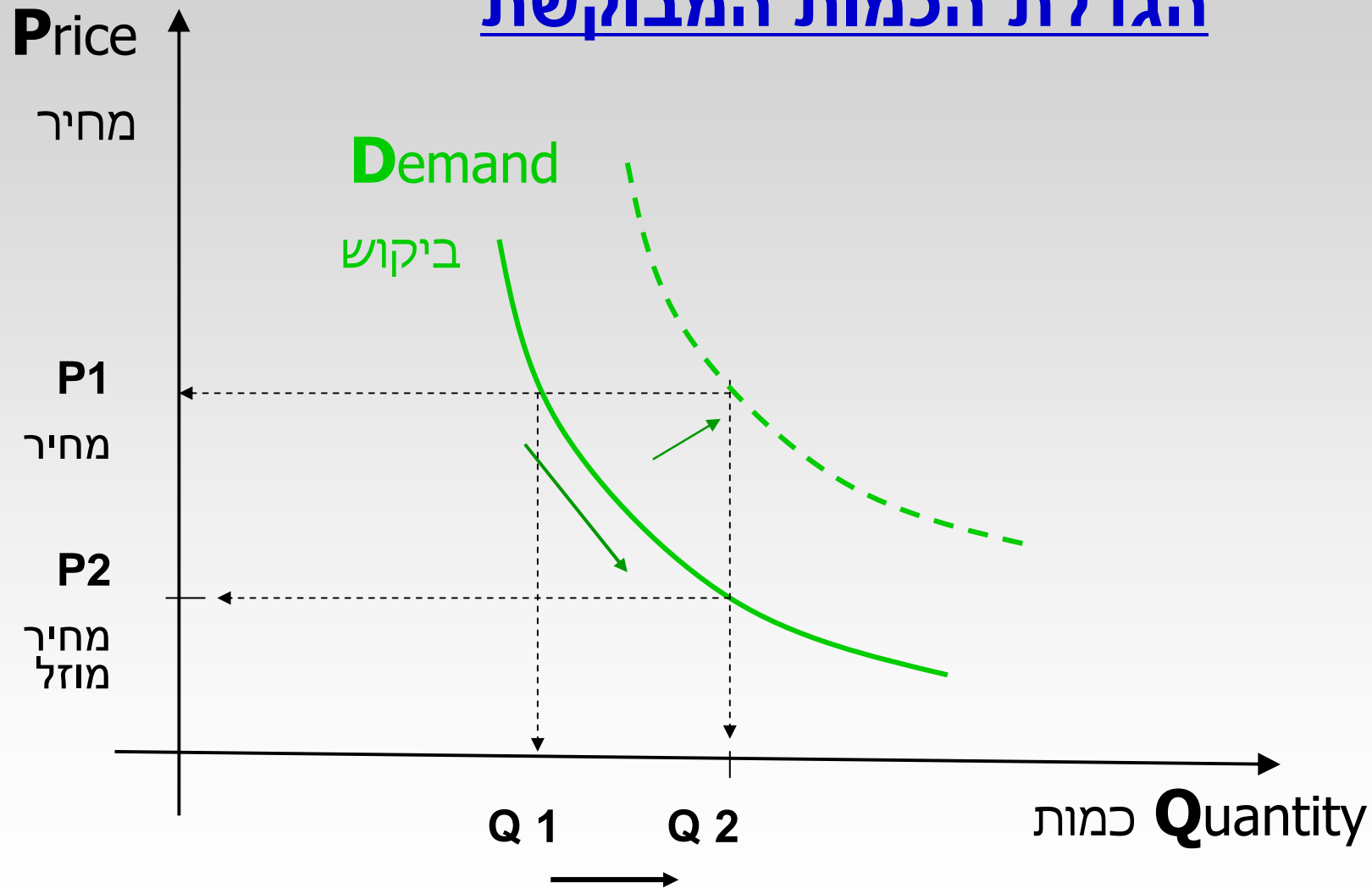
- תקשורת הטבות ומבצעים בכל ערוצי התקשורת ונקודות המגע
- אופן הצגה של המחיר –
19.99 ₪ לחודש במקום 240 ₪ ב-12 תשלומים וכיו'. 49.99 ₪ ליחידה (בקנייה של 5 יח') במקום 200 ₪ ל-5 יחידות.
- במבצעים והטבות –
העדפת מתנות על פני הנחות באחוזים (האשם - "חוק ובר").
שישית מים מתנה במקום הנחה באחוזים בסופרמרקט

הורדות מחיר בפועל

- בידול מחירים –
 - א. מענה לרגישי מחיר ללא הורדה גורפת
 - ב. שמירה על לקוחות טובים, סינון לקוחות "רעים"
- הורדת מחירים בפועל –
הורדה מתוקשרת הכרחית!

מבצעי מכירות מול פעילות תדמית

הגברת ביקושים VS. הגדלת הכמות המבוקשת



מבצע הנחות מול פרסום תדמיתי

מבצעי הנחות

נגד:

- פגיעה בטווח הארוך
- חשש לפגיעה במיצוב ובתדמית
- חשש לתחרות מחירים
- סכנה להגברת רגישות למחיר
- הורדת ה-reference price

בעד:

- תוצאות מהירות בטווח הקצר
- סיכון נמוך (ההוצאה תלויה בהיקף מכירות)
- אי ודאות נמוכה יותר

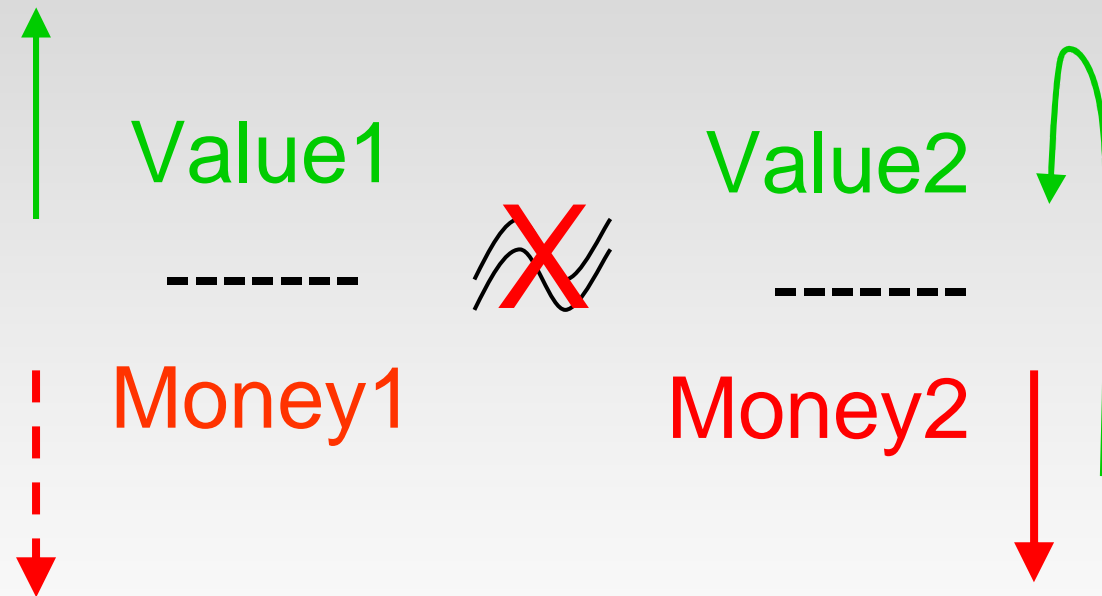
בעד:

- השפעה על המכירות - חיובית
- לטווח הארוך ולאורך זמן
- חיזוק המיצוב והתדמית
- הגנה מתחרות מחירים
- הורדת הרגישות למחיר (נאמנות וכח מותג)

נגד:

- תוצאות מתונות בטווח הקצר
- סיכון גבוה
- אי ודאות גבוהה

תחרות מחירים



תחרות מחירים

מלחמת מחירים ← משחק "באש"

מקרים "מוצדקים" להורדת מחירים -

מתחרים לא יורידו מחיר:

* מבנה עלויות ו/או הון נחותים

* התבססות על מיצוב גבוה

* סיבות טכניות וניהוליות

הוצאת מתחרה חדש מהשוק, על בסיס "כיסים עמוקים"

← מחירי היצף

בהצלחה !