Jak stanovit cenu pro maximální zisk: Cenová strategie v praxi

31.05.2018 08:30 - 31.05.2018 15:30 - Prodej a jednání se zákazníky - Praha, Malletova 1141

Když cenu snížíte, možná tím přivedete více zákazníků.
(Ale spadne vám průměrný zisk.)

Když cenu zvýšíte, někteří zákazníci naopak odejdou.
(Ale vaše zisková marže se zvýší.)

Jak tedy nastavit cenu tak, aby u vás objednávalo co nejvíce zákazníků... a vy si přitom zachovali maximální marži?

Abychom vám pomohli získat maximální jistotu, že při stanovení cen a jejich zvyšování nebo snižování nepřijdete zbytečně ani o zákazníky, ani o zisk, připravili jsme speciální seminář "Jak stanovit cenu pro maximální zisk: Cenová strategie v praxi".

Tento seminář vám pomůže správně stanovit, zvyšovat a snižovat ceny tak, aby vaše výrobky kupovali ti zákazníci, na které se chcete zaměřit, aby jich za tuto cenu kupovali nejvíce... a abyste při této ceně dosahovali maximálního zisku.

Jak vám tento seminář pomůže maximalizovat zisk

Pod vedením lektora s letitou praxí se dozvíte:

A. Jak moc ovlivňuje zákazníky cena... a jak se jí nechají ovlivnit

- Jak moc je pro zákazníky důležitá cena
- Kdy se zákazníci rozhodují nejen podle ceny, ale také podle parametrů výrobku, reklamy a prodejních aktivit
- Co všechno zákazníky při nákupu ovlivňuje
- Proč je cena důležitým (ale ne vždy nejdůležitějším) faktorem
- Proč musíme cenu brát jako součást celého "balíku" informací a okolností

B. Co o vašich produktech prozrazuje jejich cena

- Jak se do stanovení ceny promítne délka, kvalita a forma vztahu, který máte se zákazníkem
- Co je "nosič ceny" a proč je důležité mít v tom jasno
- Proč cenu měnit podle typu zákazníka, kdy a jak
- Kdy některé zákazníky cenově zvýhodňovat a jak
- Co je "vázání cen" a jak tuto techniku využít
- Na co při určování cen nezapomenout

C. Jak pracovat s cenou v době klesajícího prodeje

- Jak se projevuje globální zpomalení na cenové strategii
- Co proti krizi zabírá a co ne
- Kdy bojovat nižší cenou a kdy ne
- Jaké cenové opatření provést v době poklesu prodeje

D. Jak předvídat, co po změně ceny udělají zákazníci

- Co všechno ovlivňuje poptávku po vašich produktech
- Jak se na nákupech projeví cena produktu, konkurenční nabídka, preference a vkus zákazníka
- Co je "cenová elasticita" a co ji ovlivňuje
- Jakou "elasticitu" mají ceny vašich produktů a co to pro vás znamená
- Jak předvídat, co zákazník udělá při zvýšení nebo snížení ceny
- 10 faktorů, které vám pomůžou předvídat citlivost trhu na cenu
- Jak se projeví změny cen na "komplementárním", "substitučním" a "neutrálním" zboží... a kam patří to vaše
- Jak mohou změny cen jiných výrobků zvýšit nebo snížit zájem o vaše produkty
- Co je "příjmová elasticita vydání" a co to znamená v praxi
- Jak si můžete zjednodušit práci dotazováním u zákazníků

E. Jak stanovit cenovou strategii vaší firmy

- Co je "cenový cíl" a proč v tom musíte mít od začátku jasno
- Proč je "cenových cílů" několik a jak si mezi nimi vybrat ten správný
- Jaký je vztah mezi objemem prodeje a maximalizací zisku
- Proč maximální prodej neznamená automaticky maximální zisk
- Kdy zvolit aktivní a kdy pasivní přístup k cenám
- Jak pracovat s cenou podle toho, čeho chcete u zákazníků dosáhnout
- Jak upravovat cenu podle kvality, s jakou chcete, aby vás zákazníci vnímali
- Kdy stanovit pevné ceny na delší období a kdy přistoupit k jejich častým změnám
- Kdy některé nákupy cenově zvýhodňovat a proč
- Jak pracovat se "zaváděcími cenami" a na jaké nebezpečí si dávat pozor

F. Jak reagovat na cenové změny u konkurence

- Jak reagovat na změny cen u konkurentů... krok za krokem
- Co udělat, když vám konkurence vyhlásí "cenovou válku"
- Jak určit, zda je nutné vůbec reagovat... a čím
- Jak snížit ceny a neztratit při tom image kvalitního dodavatele

G. Jak stanovit cenu u nových výrobků

- Jak stanovit ceny u zcela nových výrobků a čím se řídit
- Jakou metodu zvolit a jaké jsou výhody a nevýhody jednotlivých variant
- Co všechno potřebujete pro správné stanovení cen vědět

H. Na co nezapomenout

- 8 psychologických "triků", které vám pomohou správně podat cenu vašich produktů
- Jak otestovat, zda jste stanovili cenu správně
- Proč rozlišovat mezi slevami podle jejich typu a cíle, kterého mají dosáhnout

- Jak správně slevy poskytovat... a kdy udílet prémie a bonifikace

Jak jsou s tímto seminářem spokojeni absolventi

"*Jasný, stručný a srozumitelný výklad lektora bez zbytečné "omáčky"*." Ing. Josef Tvrdík
"*Velice užitečný náhled přednášejícího, který není ovlivněn vnitřními podněty jednotlivých firem, zažitými chybami.*" Marcela Hufová
"*Objasnil jsem si některé chyby, kterých se dopouštíme při tvorbě cen.*" Miloslav Moc
"*Jiný pohled na strategie cenové politiky, než mi byly známy. Dostatečné množství informací, dobrá úroveň přednášejícího.*" Mgr. Romana Mrázová
"*Příjemné vystupování + odbornost lektora, snaha o srozumitelnost výkladu, příprava materiálů.*" Milada Trubačová

Objednejte si tento seminář pouze pro vaše pracovníky

Pokud chcete v této oblasti zdokonalit více pracovníků najednou, tento seminář (nebo jemu podobný) můžeme uspořádat i v termínu a místě, které si určíte sami a pouze pro vaše pracovníky. (K dosažení efektivního přínosu stačí pro realizaci semináře již skupina 8 - 12 účastníků.) Zatelefonujte na 585 227 076 nebo napište na namiru@cvc.cz a my pro vaše pracovníky připravíme nezávazný návrh vzdělávacího programu "na míru".

- Typ: Prodej a jednání se zákazníky
- Lokalita: Praha
- Datum konání: 31.05.2018 08:30 - 31.05.2018 15:30
- Úroveň: Nevyžaduje předchozí znalost tématu
- Cena semináře: 2 950 Kč bez DPH

Přihlášení na seminář

Jak stanovit cenu pro maximální zisk: Cenová strategie v praxi

Lokalita Praha

Datum konání: 31.05.2018 08:30 - 31.05.2018 15:30

Přihlásit se na seminář +420 585 227 076

Lektor

Ing. Miroslav Brábník, CSc.

Ing. Miroslav Brábník, CSc. je expertem v oblasti strategického marketingového řízení, plánování a prodejních dovedností. Radí firmám po celé ČR a vystupuje jako lektor, poradce a trenér v oblasti marketingu, managementu a prodejních dovedností. Mezi jeho klienty patří např. Metalimex, Alinvest, VZP, Auto-Staiger, Nord Trappers a další. Je certifikovaným lektorem CIMA a členem České manažerské asociace a České marketingové společnosti.

© cvc.cz