

Richard Zinoecker,

partner i menadžer Simon-Kucher & Partnersa:

CIJENU TREBA FORMIRATI U ODNOSU NA TO KOLIKO PROIZVOD VRIJEDI KUPCU

Jedan od predavača na 5. međunarodnoj konferenciji o kontrolingu, koja će se 14. studenog održati u hotelu Westin u Zagrebu, Richard Zinoecker govorit će o formiranju prodajne cijene, koja ne može uključivati samo troškove i maržu



Kreiranje prave prodajne cijene najvažniji je zadatak menadžmenta, istodobno ključan za ostvarivanje uspjeha. Kako to provesti, razgovarali smo s Richardom Zinoeckerom, partnerom i menadžerom poljskoga Simon-Kucher & Partnersa.

• Koje je vaše stajalište o formiranju prodajne cijene?

– Mnoge tvrtke koriste se jednostavnim ili naizgled sigurnim tehnikama poput dodavanja marže na

troškove ili kreiranja cijena približno cijeni svojih konkurenata. No proizvodi koji se temelje na trošku plus marži mogu biti cjenovno podcijenjeni ili precijenjeni jer se nije uzelo u obzir koliko on vrijedi kupcu. Tvrtke trebaju odabrati pristup prema vrijednosnim elementima, moraju prepoznati spremnost kupaca na plaćanje postojećih i novih proizvoda. Kada to ustanove, na tome trebaju temeljiti svoje sljedeće odluke: visinu cijene, raspon cijena za različite segmente potrošača te kako ih naplatiti.

• Koje su metode određivanja cijene na temelju vrijednosti?

– Spremnost na plaćanje može se ustanoviti raznim tržišnim istraživanjima. Elastičnost cijena, tj. utjecaj cijene na prodanu količinu, može se ustanoviti analizom prodajnih podataka. Koliko trošak, konkurencija i vrijednosni elementi određuju konačnu prodajnu cijenu, ovisi o proizvodu, tempu promjene cijena i tržišnog natjecanja. Određivanje cijene na temelju vrijednosti može uvelike poboljšati kvalitetu prodaje.

• Simon-Kucher & Partners proveli su istraživanje o kvalitetnom upravljanju cijenama. Kakvi su rezultati?

– Istraživanje provodimo svake dvije godine i u njemu sudjeluje nekoliko tisuća menadžera iz različitih industrija. Čak 80 posto tvrtki izjavilo je da se cjenovni pritisak povećao u posljednje dvije godine. Od novih proizvoda 72 posto nije ostvarilo postavljene ciljeve, a samo 12 posto tvrtki ima drukčiji pristup određivanju cijena i posljedično dobre poslovne rezultate. ■

DODANA VRIJEDNOST ZA NOVE LIDER ■ PRETPLATNIKE

Pretplata na LIDER ■

24
mjeseca

+ POKLON

90 dana
neograničenog
korištenja
ebook024
internet knjižare

Pretplata na LIDER ■

12
mjeseci

+ POKLON

45 dana
neograničenog
korištenja
ebook024
internet knjižare



U suradnji s **ebook024 internet knjižarom**,

svim novim pretplatnicima osigurali smo neograničeno čitanje naslova iz područja ekonomije, menadžmenta, ljudskih potencijala, marketinga, financija.

ebook024
internet knjižara

www.ebook024.com

lider.media/pretplata
01/ 6333 513