

<<定价的力量>>

图书基本信息

书名：<<定价的力量>>

13位ISBN编号：9787113068615

10位ISBN编号：7113068618

出版时间：2006-4

出版时间：中国铁道

作者：青木淳

译者：赵海东

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<定价的力量>>

内容概要

价格提高1%，利润提高32%！

这不是天方夜谭，但重要的是如何让消费者接受价格的提高！

为什么巴根斯·伯格公司的服务价格是竞争对手的10倍而依然能胜出？

为什么麦当劳的低价战略会失败？

《定价的力量》由浅入深地讲述了理论、总结定价经验、提出定价策略，用人们司空见惯的实例去讲述这些商业学院枯燥的理论，从而放宽了定价理论的“入学条件”，让更多有需要去了解、理解、运用这门理论的人，有信心、有耐心地去体验定价的奇妙力量！

<<定价的力量>>

作者简介

青木淳，佳迪福集团驻日本代表。

东京大学毕业后作为一名建筑师参与各种国内外项目，此后作为麦肯锡咨询公司资深顾问致力于医药、消费品、金融等诸多行业的战略制定和市场实践。

1999年起负责创办了法国专门从事银行保险的佳迪福（法国巴黎银行集团）在日本的公司。

<<定价的力量>>

书籍目录

前言第1章 定价由此开始 评估产品、服务的价值 寻求顾客价值与企业价值的平衡点 以价值定义市场
第2章 为什么需要定价 是利润是大和最重要的决定因素 向竞争对手发出的信息和信号 价格本身是价值的信息和信号 价格本身是价值的诉求手段 定价影响战略的相关要素第3章 把握定价的基本内容 回归经商的原点 基本原则1 价值多样性原则 基本原则2 一物多价原则 基本原则3 不同场景不同价值原则 基本原则4 价值包装原则 基本原则5 维持溢价原则 基本原则6 价格差缩小原则 基本原则7 妥当性诉求原则第4章 成功定价的步骤 三大基本步骤 了解定价的实际情况 做好定价的准备 将定价与价值创造相结合 通过成功案例进行概念训练第5章 了解定价的分析方法 落袋价格 价格弹性 博弈论 结合分析 裂拐点 顾客终身价值第6章 探讨定价的未来 环境价格 废弃物价格 旧货价格 使用价格后记

<<定价的力量>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>