

<<如何正确定价>>

图书基本信息

书名：<<如何正确定价>>

13位ISBN编号：9787121083464

10位ISBN编号：7121083469

出版时间：2009-5

出版时间：电子工业出版社

作者：马克斯韦尔

页数：213

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>

## <<如何正确定价>>

### 内容概要

汽油价格的定价权力掌握在谁的手上？

医院的药价为什么不可以讨价还价？

《如何正确定价》针对消费者和商家都十分敏感的定价问题，在分析定价模型的基础上，探讨了公司在价格制定过程中如何真正做到公平。

同时，作者还探讨了定价模型在小费、差别定价、价格谈判等实际情况中的运用及建议。

《如何正确定价》运用大量与现实生活密切相关的实例穿插叙述，并辅以对专业术语的解释，使读者更轻松、更准确地掌握公平定价的实战技巧。

## <<如何正确定价>>

### 作者简介

莎拉·马克思韦尔 (Sarah Maxwell) , 1997年莎拉·马克思韦尔取得佛罗里达国际大学博士学位, 之前她在市场营销领域已经工作了近30年, 在宾夕法尼亚大学取得了学士学位, 在沃顿商学院取得了工商管理硕士学位 (MBA) 。

目前, 她是福德汉姆大学 (Fordham University) 的副教授, 主讲市场营销这门课程, 经常巡回世界各地主办有关价格制定方面的专题行业讨论会。

1996年, 莎拉·马克思韦尔博士与同事合作成立了福德汉姆价格制定研究中心, 她是该中心现任主任。

## <<如何正确定价>>

### 书籍目录

第1部分 定价背景第1章 导论 “公平交易，否则我退出！”

”为什么新顾客的费用要比老顾客的费用低？

为什么不同时刻起飞的航班票价不同？

为什么酒店的啤酒就比杂货店的贵？

为什么到餐馆吃饭要付钱而在家则无须付费？

公平的价格定价的社会规范消费者的情绪反应第2章 定价历史 “公平的价格并非是上帝赐予的！”

”基于成本的价格是公平的价格。

市场价格才是公平的价格。

商品价格由供需决定。

价格公平与否关系到消费者是否决定购买。

公平定价理念的演变第2部分 定价模型第3章 定价模型的组成要素 “现在，我不但不高兴，而且极愤怒！”

”这辆跑车的价格跟我的预期差不多。

由于美元的走弱使进口成本增加，商家不得不提高价格，这是合情合理的。

商家的声誉一向良好。

没有医疗保险的病人看病，账单是多少就要支付多少个人公平社会公平信任权力第4章 社会规范 “那是不合理的，我们大家都知道！”

”超市的产品都是明码标价，不可以讨价还价，而跳蚤市场却可以。

到剧场看演出要提前购票，而观看街头艺人表演却是看完再掏钱。

社会规范第5章 消费者的情绪 “你做事不公平，我讨厌你！”

”我恨死这家公司了，它居然把价格提高了20%！”

情绪反应第6章 消费者的期望 “那种价格简直就是‘敲竹杠’！”

”无论你吃多少，自助餐厅均按统一价格收费。

我报名参加了某一培训，原本是280美元的培训费，却以各种借口让我多交了25美元。

原价79美元，现价仅为59美元。

定价惯例期望的价格参考价格第7章 价格产生的结果 “付出必有回报！”

”在医院专家的挂号费要高于普通医生的挂号费。

所有消费者都有平等的权利购买到最低价格的商品。

医药公司为贫困者提供免费或廉价的药物。

物有所值机会平等助人所需第8章 价格变动的的原因归属 “卖家难辞其咎！”

”运动鞋的价格为什么突然被提到这么高？”

是谁的责任？

这种价格上涨行为是永久性的还是临时性的？

是不可控因素导致的，还是商家故意的？

确定责任和持久性变动的可控性消费者的偏见第9章 定价过程 “你必须遵守游戏规则！”

”信用卡发卡机构向客户清楚解释年费、年度利息、还款限期等情况了吗？”

食品杂货店张贴商品价格了吗？”

定价过程要透明、公正第10章 消费者对商家的惩罚 “报复是痛快的！”

” “这个品牌的价格涨得太快了，我再也不买它的产品了。”

“我们要联合抵制该产品。”

” “我们要向相关部门投诉。”

”消费者的惩罚行动惩罚的程度第11章 影响定价的权力 “小心客户受到不公平的对待！”

”对于可拯救生命的药物，不管公司定价多少，濒临死亡的人还是会购买的。

消费者可以在博客或公司网站上发表对价格的意见。

消费者可以通过团购向商家索要最低价。

## <<如何正确定价>>

商家的权力 消费者的权力 第12章 消费者的信任 “价格公平吗？

我表示怀疑！

” 消费者从网上购买商品时，更看重商家的信用度。

如果商家已经树立了公平合理的良好声誉，那么消费者就会认为涨价是合理的，并且继续抱以信任的态度。

信任度水平 信任与动机 第3部分 定价模型的应用 第13章 定价的社会规范被改变 “对不起！

规则已经改变！

” 以前免费的东西现在开始收费了。

一些过去收费的东西现在都可以免费提供。

社会趋势 非主流趋势 第14章 小费 “一定要给服务员小费！

” 客人可以给服务员小费，但女婿不可以给他们的岳母小费。

既定的社会规范 第15章 差别定价 “对我的收费比别人高，这是不公平的！

” 公园门票为老年人、小孩打折是公平的。

为贫困生减免学费会得到社会的支持。

同一连锁店的不同分店价格应相同，不同连锁店的价格可以不同。

描述性规范 分配性规范 程序性规范 第16章 价格谈判 “折中成交，这才是公平的！

” 买卖双方都参与了价格的谈判过程，得出的价格是公平的。

买卖双方获利不等，价格是不公平的。

一方强势，强迫另一方做出让步，价格也是不公平的。

谈判结果的社会公平 谈判过程的社会公平 谈判中的信任与权力 第17章 个人所得税 纳税人得到合理回报了吗？

政府如何使用税收？

税收制度透明吗？

纳税人越信任政府，依法纳税率就越高。

税收的个人公平 税收的分配公平 税收的过程公平 权力、信任与纳税 第18章 不同文化下的定价 “可是，我根本就没有点面包啊！

” 英国酒店的住宿费将早餐包含在内。

欧洲的一些饭店要对面包额外收费。

不同文化下定价的社会规范不同 第19章 公司应如何公平定价

## <<如何正确定价>>

### 章节摘录

第1部分 定价背景 第1章 导论“公平交易，否则我退出！”

我家附近的一条道路上有三个加油站，都在道路的另一侧。

其中一个加油站的收费标准总比另外两个加油站的收费标准每加仑便宜1~3美分。

于是，不少司机都在这里排队加油，结果造成了双向道路堵塞。

司机们在这里排队等候就是为了每加仑汽油平均节省2美分。

这样，加满一个20加仑的油箱，可以节省40美分。

但如果他们每一次加油都需要等6分钟，这就相当于一小时只值4美元，远低于最低工资标准，因此这绝不是什么理性的行为。

作为汽油消费者，司机们不理性的行为缘于他们的疯狂；而他们的疯狂只是因为汽油价格的不合理。

他们之所以认为汽油价格不合理，不仅仅是因为汽油价格过高（最近每加仑汽油已经超过了3美元），而且还因为他们认为石油行业本身的运营就是不公平的。

欧佩克组织对石油供应拥有一定的权威与影响：该组织现在掌控着大约40%的石油生产以及60%以上的原油储备。

.....

## <<如何正确定价>>

### 媒体关注与评论

“在日常生活中，我们几乎每天都要买东西，但大多数时候都得按商品的标价来支付，完全没有协商的余地，你只能选择接受。

读过本书之后，你将成为一位更为精明的消费者，你将认识到价格是市场的一种职能，带有一丝艺术色彩，再加上少许的数学技巧。

阅读本书能够让大多数消费者对于公平定价问题有更深入的了解，也让他们在这方面的判断力有所提高，这样可能他下一次买东西时就能够学以致用，以更加满意的价位成交。

”——埃德温·A·科恩 Intranasal Therapeutics 公司主席 巴尔实验室创始人及前任CEO “

本书的见解与论点无疑会让消费者受益匪浅。

例如，消费者将能够与商家协商达成合理的价位，同时能够避免那些不道德的商贩制定不公平的价格。

对于商家来说，了解与定价相关的情绪因素也同样是有益的。

同时，对于学生读者而言，阅读本书可以让他们更好地理解公平竞争原则，这是支持我们经济体系的基本原则，他们同样可以从中受益。

”——琼·路德敦肯布兰德有限公司主席兼行政总裁

## <<如何正确定价>>

### 编辑推荐

价格太高，客户会敬而远之；价格太低，利润又极其微薄。

如何正确定价才能使产品的利润实现最大化呢？

这是让任何一家企业感到头疼的问题！

《如何正确定价》运用大量与现实生活密切相关的实例，通俗易懂地告诉你正确定价的诀窍！

不同时段起飞的飞机票价为什么不同？

汽油价格的定价权力掌握在谁手上？

医院的药价为什么不可以计价还价？

商品的价格与我们每个人的生活息息相关，无论你是消费者还是商家。

作为商家，你有没有想过产品的不公平定价会影响消费者的情绪，最终影响到销售目标的实现？

作为消费者，你有没有考虑过价格制定过程中的各种制约因素，有没有考虑过自己参与价格制定的权利？



## <<如何正确定价>>

### 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>