

A graphic of a barcode with vertical black bars of varying widths on a white background, positioned to the left of the title.

PRIS

RAGNHILD

SILKOSET

EN HÅNDBOK I PRISBESLUTNINGER

Ragnhild Silkoset

Pris

En håndbok i prisbeslutninger

CAPPELEN DAMM AKADEMISK

INNHOOLD

Introduksjon	9
<i>Kapittel 1</i>	
Verdibasert prising	13
Introduksjon	15
Verdi, pris og kvalitet	16
Nytte	18
Trinn i EV-analyser	19
Feil som gjøres ved verdibasert prising	23
Praktisk eksempel på EV-analyser	25
Oppsummering	27
Vedlegg: EV-analyser for caset «Stille Hyttegrend»	27
<i>Kapittel 2</i>	
Måle kundenes reaksjoner på prisendringer	29
Introduksjon	31
Måle prissensitivitet	32
Van Westendorp-modellen for prisberegninger	39
Trinn i utviklingen og gjennomføringen av van Westendorp- modellen	40
Conjoint for prisanalyser	43
Trinn i utviklingen og gjennomføringen av Conjoint-analyser	44
Oppsummering	57
Case: Hva bør ditt nye produkt koste?	58
Vedlegg: Bruk av Excel for gjennomføring av Conjoint-analyser	62
Vedlegg: Excel for Conjoint-analyser av caset «Stille Hyttegrend» ..	68

INNHOLD

Kapittel 3

Forskjellige priser for samme produkter	77
Introduksjon	79
Kjøperen	83
Lokaliseringen	84
Produktet	86
Tiden	94
Oppsummering	96

Kapittel 4

Forskjellige priser til samme kunder	97
Introduksjon	100
Økonomiske påvirkninger på kundenes betalingsvilje	101
Perseptuelle påvirkninger på kundenes betalingsvilje	106
Oppsummering	110

Kapittel 5

Fra priskonkurranse til priskrig!	111
Introduksjon	113
Trinn i håndtering av priskriger	114
Faser og reaksjoner i en priskrig	117
Resultatet av en priskrig	118
Hvordan vinne en priskrig	120
Priskriger i dagligvarebransjen	120
Oppsummering	123

Kapittel 6

Urettferdig pris!	125
Introduksjon	127
Trinn i håndtering av urettferdige priser	128
Retningslinjer for prismarkedsføring	134
Retningslinjer for prissamarbeid	136
Etikk og lovverk	136
Eksempler på saker fra Forbrukertilsynet	139
Oppsummering	143
Vedlegg: Forbrukertilsynets regler om prismarkedsføring	144

Kapittel 7

Pristaktikk, salg og rabatter	163
Introduksjon	165
Trinn for å bestemme taktisk prising	166
Prispromosjoner	170
Tilpassing av pristaktikk etter kundeverdi	177
Prisgarantier	178
Oppsummering	179

Kapittel 8

Tallmagi	181
Introduksjon	183
Hvor mye du sparer, er viktigere enn hvor mye du betaler	184
Tallmagi på sider for netthandel	185
Trinn i psykologisk prising	188
Oppsummering	204

Kapittel 9

Netthandel og priser i digitale markeder	205
Introduksjon	207
Trinn i utviklingen av priser i netthandel og digitale markeder	208
Nettsalg og globale aktører	217
Prisroboter og prissammenligninger	219
Oppsummering	220

Kapittel 10

Pris i delingsøkonomien	221
Introduksjon	224
Delingsøkonomien og delingsplattformer	225
Forskjeller mellom delingsøkonomien og tradisjonell økonomi	230
Trinn for å fastsette priser i delingsøkonomien	231
Sirkulær økonomi og pris	233
Oppsummering	235

Kapittel 11

Målsettinger for prisstrategien	237
Introduksjon	239
Ulike typer målsettinger med prispolitikken	240

INNHold

Utvikling av bedriftens prisstrategi	241
Valg av prisstrategi.....	243
Prisstrategi-matrise for nye produkter	245
Kostnaders betydning	249
Beregne lønnsomhetsanalyser.....	251
Beregne priselastisitet og krysspriselastisitet	256
Oppsummering	258
Stikkordregister	259
Referanser	263