



SALE

SALE

SALE

Ároptimalizálás

...avagy hogyan tudjuk támogatni a bevétel maximalizálását egy optimális ár-stratégia meghatározásával?

Mindenki szeretné az értékesítést és a bevételeit maximalizálni, de vajon milyen értékesítési árstratégiával érhető ez el a leghatékonyabban?



Mik a fő üzleti kérdések?



Hogyan növelhetem az **értékesítés darabszámát** és / vagy **értékét** az ár változtatásával?



Mi az **optimális ár**a jelenleg futó és a bevezetés előtt álló termékeimnek?



Mi az **árakciók hatása**? Mekkora árendegményt érdeemes legfeljebb adnunk, amit még kompenzál a növekvő értékesítés?



Hogyan minimalizálhatom az árváltoztatások okozta **bevételekannibalizációt**?



Mennyit ér a fogyasztóknak egy-egy funkcionális bővítés? Hogyan árazzam a bevezetendő **új modellemet**?



El tudok-e érni **új potenciális vevőket**, ha módosítjuk az értékesítési árainkat?

Mit kínálunk?

árfeltárás – ármodellezés – ároptimalizálás – árprémium optimalizálás

Üzletenkénti értékesítési és áradatakra alapozva ökonometriai modellezést végzünk, amelynek eredményeként megadjuk az alap- és akciós árak melletti árrugalmasságot, valamint a versenytárs termékek kereszt-árrugalmasságát. A modell figyelembe veszi az üzletek méretét, a szezonális időszakok hatását, a normál áron és akciós áron történt értékesítéseket, és akár külön az online csatornák értékesítési árait is.



Kit kereshetnek?

Ha a fenti kérdések Önt is foglalkoztatják, keresse munkatársunkat, és kérjen testre szabott ajánlatot még ma!

Bacher János | Digital Client Solutions Director

T +36 1 452 3090 | M +36 30 619 3342 | Janos.Bacher@gfk.com

