





Информационное обеспечение ценовой политики

Внутренние источники:

- статистическая отчетность,
- данные учета и движения товаров,
- информация о структуре расходов и возможность ее изменения в будущем и т.п.
- Внутренняя информация, как правило, бесплатна, доступна, удобна для использования. В то же время даже внутреннюю информацию организации не всегда получают в необходимом объеме.

Внешние источники:

- информация, опубликованная в СМИ
- отраслевые журналы, прейскуранты, каталоги
- участие в выставках, ярмарках и т.п.
- специализированные исследования рынка
- посредники и поставщики
- обмен данными с другими участниками рынка

Критерии оценки эффективности управления ценами

Прямые

Косвенные

Блок «Финансы»

- процент роста прибыли;
- процент роста выручки;
- процент увеличения стоимости компании

нет

Блок «Отношения с клиентами»

- процент увеличения доли рынка;
- процент роста количества клиентов;
- процент востребованной в короткие сроки продукции;
- процент новых товаров в общем ассортименте продукции;
- процент товаров, произведённых в соответствии с национальными и международными стандартами качества

- процент новых торговых мест;
- процент новых мест сервисного обслуживания продукции;
- процент роста расходов на рекламу

Блок «Рост и обучение»

- величина затрат на повышение квалификации персонала в области ценообразования;
- уровень внедрённых мероприятий по результатам повышения квалификации

- величина премий работникам, занятым в сфере ценообразования предприятия, при достижении положительных экономических результатов

