

FMCG 가격 책정 전략



NIQ

제품의 생산 비용을 계산한 다음 판매 가격에 대해 미리 결정된 마크업을 추가하는 전체 가격 책정 패키지를 고려한 접근 방식입니다.

장점

귀사의 비용을 회수하고 귀사가 판매하는 각 제품에 대한 수익을 보장할 수 있습니다.

단점

해당 전략은 경쟁 또는 소비자 수요 추세를 고려하지 않습니다. 즉, 시장의 변화를 따라잡는 데 어려움을 겪을 수 있습니다. 또한 가격을 인상할 경우 소비자들의 마음을 잃을 수 있기 때문에 안정적인 생산 비용을 유지해야 합니다.

비용에 기반한 가격 책정

인기있는 모델로 말 그대로 경쟁을 고려한 가격 책정 전략입니다.
귀사는 귀사의 가장 큰 경쟁사들과 그 제품들의 가격을 참고해서
귀사의 가격을 결정합니다.

장점

이 모델은 제품 비용과 품질 간의 변동이 적은 산업에
적합합니다.

단점

간접비가 경쟁사보다 높을 경우 빠르게 수익성을
악화시켜 불리해질 수 있습니다.

경쟁을 고려한 가격 책정

경쟁이 치열한 시장에 있다면 사용하기에 좋은 모델입니다.
침투적인 가격 책정에는 관심을 불러 일으키기 위해 저렴한
가격으로 제품을 출시한 다음 수요를 구축하면 가격을 인상하는
것이 포함됩니다.

장점

많은 대기업들이 이 전략을 이용해 시장에서 시장을
선점했습니다.

단점

이 모델은 더 작은 마진으로도 생존할 수 있는 자본과
가격을 인상한 후에도 소비 계층이 유지될 수 있는
탄탄한 충성도를 구축할 수 있는 능력이
요구됩니다.

침투적인 가격 책정

수요에 기반한 가격 책정이라고도 불리는 이 모델은 소비자 수요에 대한 연구를 통해 니즈에 맞는 가격을 설정하는 것을 포함합니다. 이 모델은 소비자가 구매하고자 하는 것을 알고 해당 가격을 제시할 수 있어야 합니다.

장점

해당 가격으로 귀사가 괜찮은 수익을 얻는다면 매우 높은 수익성으로 이어질 수 있습니다.

단점

이 전략에는 수요 추세, 소비 행태 및 시장 변화에 대한 인사이트를 제공하는 훌륭한 유통 데이터 분석툴이 필요합니다. 이는 올바른 데이터 파트너와 협업을 통해 얻을 수 있습니다.

가치에 기반한 가격 책정

침투적인 가격 책정 스펙트럼의 반대편에 있는 가격 스키밍은 높은 가격으로 제품을 출시한 다음 경쟁사가 시장에 진입하면 제품 가격을 인상하는 것을 포함합니다.

장점

이것은 일반적으로 새로운 시장을 만들어내거나 현재 경쟁이 너무 약한 제품들에 효과적입니다.

단점

소비자가 귀사의 제품을 고가라고 생각하거나 경쟁사가 시장점유율을 확보할 수 있는 위치에 있다면 위험한 모델이 될 수 있습니다.

가격 스키밍

Fuel your growth

NIQ 중소 브랜드 전담팀에 문의하시어 귀사의 시장, 카테고리 및 채널 데이터에 어떻게 액세스 할 수 있는지 확인하십시오.

[Learn more](#)