

# กลยุทธ์การกำหนดราคา FMCG



**NIQ**

วิธีนี้จะพิจารณาแพ็คเกจการกำหนดราคาทั้งหมด ซึ่งคุณสามารถ  
คำนวณต้นทุนการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ แล้วเพิ่ม**mark up**  
ที่กำหนดไว้ล่วงหน้าสำหรับราคาขาย

### ข้อดี

สิ่งนี้ช่วยให้คุณชดใช้ต้นทุนและ  
รับประกันผลกำไรสำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์ที่คุณขาย

### จุดด้อย

กลยุทธ์นี้ไม่ได้คำนึงถึงการแข่งขันหรือแนวโน้มความต้องการของ  
ผู้บริโภค ซึ่งหมายความว่าคุณอาจมีปัญหากับการติดตามการ  
เปลี่ยนแปลงในตลาด นอกจากนี้ยังต้องการให้คุณรักษาต้นทุนการ  
ผลิตที่มั่นคงเนื่องจากการเพิ่มขึ้นจะกินราคาขายของคุณหรือบังคับ  
ให้คุณเพิ่มราคาและเสี่ยงที่จะทำให้ลูกค้าไม่พอใจ

## การกำหนดราคาตามต้นทุน

อีกรุ่นยอดนิยมนิยามราคาที่แข่งขันได้คือสิ่งที่ดูเหมือน คุณดูคู่แข่งรายใหญ่ที่สุดของคุณดูราคาของพวกเขาและพยายามจับคู่หรือตัดราคาพวกเขา

### ข้อดี

รุ่นนี้ทำงานได้ดีสำหรับอุตสาหกรรมที่มีความแตกต่างระหว่างต้นทุนผลิตภัณฑ์และคุณภาพน้อยลง

### จุดด้อย

หากต้นทุนค่าใส่หุ้มของคุณสูงกว่าคู่แข่งคุณจะกินผลกำไรของคุณอย่างรวดเร็วและเสี่ยงที่จะเอาชนะตัวเองด้วยโมเดลนี้

ราคาที่แข่งขันได้

หากคุณอยู่ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงนี้เป็นรูปแบบที่ยอดเยียมที่จะใช้  
การกำหนดราคาเจาะตลาดเกี่ยวข้องกับการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ในราคาต่ำ  
เพื่อจุดประกายความสนใจจากนั้นขึ้นราคาเมื่อคุณสร้างอุปสงค์แล้ว

### ข้อดี

ยักษ์ใหญ่ในปัจจุบันหลายแห่งชนะตลาดโดยใช้กลยุทธ์นี้

### จุดด้อย

โมเดลนี้ต้องการให้คุณมีเงินทุนเพื่อรักษาอัตรากำไรที่น้อยลง  
ในขณะที่ดักเบียดสร้างและความสามารถในการสร้างความ  
ภักดีที่เพียงพอที่ผู้บริโภคจะอยู่หลังจากที่คุณขึ้นราคา

## ราคาการเจาะตลาด

บางครั้งเรียกว่าการกำหนดราคาตามความต้องการโมเดลนี้เกี่ยวข้องกับ  
การใช้การวิจัยเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อกำหนดราคาที่  
ตรงกับความต้องการของพวกเขา คุณค่าในโมเดลมาจากการรู้ว่า  
ผู้บริโภคยินดีจ่ายอะไรและพบกับพวกเขาในราคานี้

### ข้อดี

หากราคานี้ทำให้คุณได้กำไรที่ดีก็สามารถทำกำไรได้สูง

### จุดด้อย

กลยุทธ์นี้ต้องการเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลค่าปลีกที่ดีที่สุดที่ให้ข้อมูลเชิง  
ลึกเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการพฤติกรรมผู้บริโภคและการ  
เปลี่ยนแปลงในตลาด สิ่งนี้สามารถตอบโต้ได้อย่างง่ายดายด้วย  
พันธมิตรข้อมูลที่เหมาะสมที่อยู่เคียงข้างคุณ

## การกำหนดราคาตามมูลค่า

นั่งอยู่อีกด้านหนึ่งของสเปกตรัมของการกำหนดราคาเจาะการ **skimming** ราคาเกี่ยวข้องกับการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ในราคาที่สูงแล้วเพิ่มเมื่อการแข่งขันเข้าสู่ตลาด

### ข้อดี

โดยทั่วไปสงวนไว้สำหรับผลิตภัณฑ์ที่สร้างตลาดใหม่หรือที่การแข่งขันในปัจจุบันอ่อนแอเกินไปในด้านคุณภาพหรือความต้องการที่จะเป็นภัยคุกคาม

### จุดด้อย

อาจเป็นรูปแบบที่มีความเสี่ยงหากผู้บริโภคมองว่าผลิตภัณฑ์ของคุณมีราคาสูงเกินไปหรือหากคู่แข่งสามารถตัดราคาคุณและได้รับส่วนแบ่งการตลาด

ราคา *skimming*

# กระตุ้นการเติบโตของคุณ

ติดต่อทีมธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลาง  
โดยเฉพาะของเราเพื่อดูว่าธุรกิจของคุณ  
สามารถเข้าถึงข้อมูลตลาดหมวดหมู่และ  
ช่องทางได้อย่างไร

ศึกษาเพิ่มเติม