

УДК 338.5
ББК 65.422
К855

Крэм Тони
К855 Класная цена. О секретах умного ценообразования / [Пер. с
англ. О. Перфильева]. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2010. —
224 с.
ISBN 978-5-9693-0134-4

В условиях снижения прибыльности компаний эффективное ценообразование становится для них ключевым средством достижения успеха и получения прибыли на рынке. Установить правильную, «умную» цену крайне трудно, но это действенный инструмент позиционирования товара в течение его жизненного цикла. Тони Крэм помогает справиться с некоторыми сложными практическими проблемами и оптимизировать ценность любого товара.

Книга адресована руководителям компаний, финансовым менеджерам, аналитикам, маркетологам, а также всем, кто работает на высококонкурентных рынках.

УДК 338.5
ББК 65.422

Охраняется Законом РФ об авторском праве. Воспроизведение всей книги или ее части в любом виде воспрещается без письменного разрешения издателя.

© Pearson Education Limited 2006

ISBN 978-5-9693-0134-4 (рус.)
ISBN-13: 987-0-273-70613-7 (англ.)
ISBN-10: 0-273-70613-6 (англ.)

© ЗАО «Олимп—Бизнес», перевод
на рус. яз., оформление, 2010
Все права защищены.

Содержание

О книге	VII
Отзывы о книге	VIII
Об авторе	IX
Благодарности	X
Вверх, а не вниз	XII
Глава 1	
Ценообразование — магия или лотерея.	
Есть ли лучший способ?	1
Часть 1	Как по-умному понимать потребителей
Глава 2	
Когда говорят «цена», подразумевают ценность	11
Глава 3	
Сколько вы заплатите за товар? Опасности	
и подводные камни ценовых исследований	23
Глава 4	
Ценовая дискриминация — сегментирование	
на основе чувствительности к цене	39
Глава 5	
Как ценообразование помогает исправить	
поведение покупателей	61

Часть 2 Конкуренты: как перехитрить их по-умному

Глава 6

Выделиться из толпы: роль ценообразования
в позиционировании и дифференциации 73

Глава 7

На конкуренцию «ценовых игроков»
отвечайте преимуществами 93

Глава 8

Ценовые войны — планирование и осуществление 109

Часть 3 Успех компании: умные способы реализовать ценность

Глава 9

Установление правильной цены — ценовые структуры,
сегменты и лестницы 129

Глава 10

Как сообщить о ценах и создать положительное
впечатление? 155

Глава 11

Зачем платить больше? Как повысить цены? 169

Часть 4 Успех ценообразования и итоги деятельности

Глава 12

Успех ценообразования — поддержание дисциплины,
измерение результатов 189

Глава 13

Умное ценообразование — пятиминутная версия 203

Глава 14

Последнее слово о ценах 207