



网络营销 与策划





5

seconds



湖南师范大学出版社北京发行部
01082477073



4

seconds



湖南师范大学出版社北京发行部
01082477073



3

seconds



湖南师范大学出版社北京发行部
01082477073



2

seconds



湖南师范大学出版社北京发行部
01082477073



1

seconds



湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



Let's get started!



01002477070

模块九

制定网络营销价格策略





任务目标



- ◆ 了解网络营销价格特征
- ◆ 熟悉网络营销交易模式与定价方法
- ◆ 理解免费价格策略
- ◆ 掌握数字产品定价方法

能力目标



- ◆ 能够根据企业的经营目标，制定企业网络产品价格策略





任务十四 制定网络营销价格策略

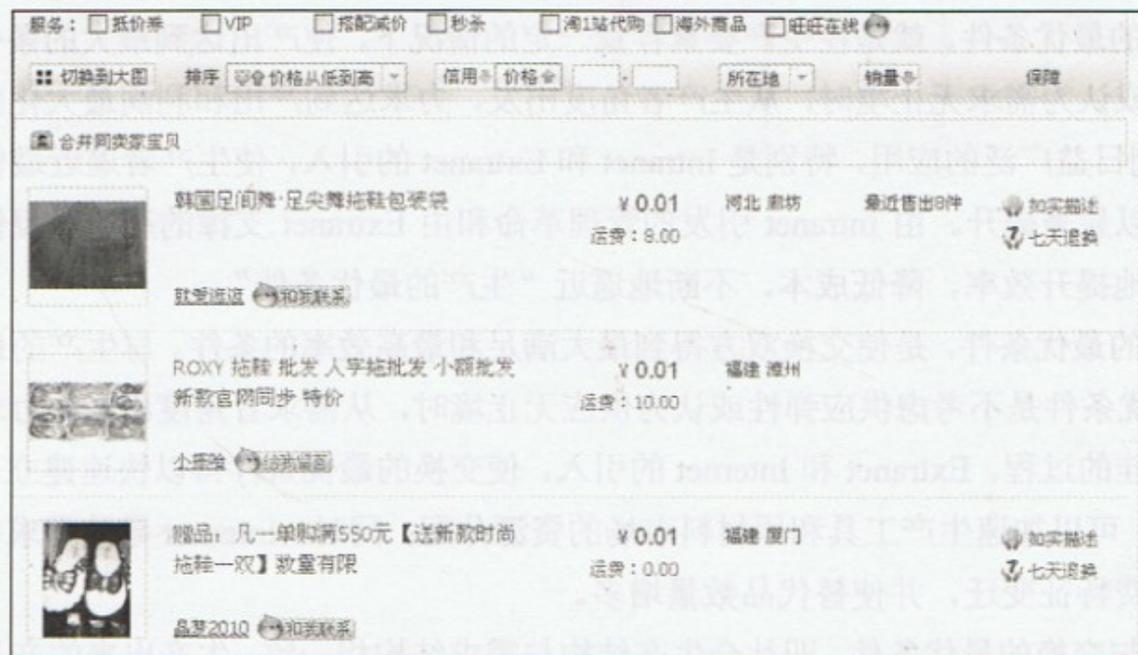


湖南师范大学出版社北京发行部

01082477073



- 他们应该怎样给自己的产品定价？
- 张伟和李英在淘宝网上开设了自己的店铺，联系好了供应商，专门销售某品牌拖鞋。由于销售的是厂家的尾货，厂家给的价糊艮 / 氏。二人为此高兴不已，但却在定价上产生了争执。在搜索了网上同类产品的价格后，张伟想定一个低于其他网店同类拖鞋的价格，以便吸引更多的消费者购买，因为消费者可以进行价格搜索排名（如图 9-1 所示）；李英却认为，这样会降低自己的利润，同时低价格也会让消费者产生不好的联想，怀疑他们产品的品质。



淘宝店铺按价格从低到高排列的拖鞋宝贝





- 他们应该怎样给自己的产品定价？
- 张伟和李英应该怎样制定合理的价格，既能吸引消费者，有足够的销量，又能保证自己的利润呢？



淘宝店铺按价格从低到高排列的拖鞋宝贝





网络时代的需求方地位提升

在工业经济时代，需求方特别是消费者，由于信息不对称，并受市场空间和时间的隔离，不得不处于一种被动地位，从属于供应方来满足需求。买方由于对价格信息所知甚少，所以在讨价还价中总是处于不利地位。互联网的出现不但使得收集信息的成本大大降低，而且还能得到很多的免费信息。网络技术发展使得市场资源配置朝着最优方向发展。

网络营销产品定价目标

企业的定价目标一般有生存定价、获取当前最高利润定价、获取当前最高收入定价、销售额增长最大量定价、最大市场占有率定价和最优异产品质量定价。

网络营销定价基础

1. 降低采购成本费用
2. 降低库存
3. 生产成本控制





时间成本

货币成本

精力和精神成本





全球性

低价位定价

顾客主导定价





第一类是现货网上中远期交易模式

中塑现货
China-plastic spot

《塑料仓单》质押借款 服务中小企业

PP	ABS	HDPE	LDPE	LLDPE	进入专场
商品名称					
[点击购买]	塑料原料PP/S1003/独山子石化		10.0	1.0	浙江省余姚
[点击购买]	塑料原料PP/1080K/福建联合石化		10.0	1.0	浙江省余姚
[点击购买]	塑料原料PP/F401/盘锦乙烯		20.0	1.0	浙江省余姚
[点击购买]	塑料原料PP/575PT/天津中沙		20.0	1.0	浙江省余姚
[点击购买]	塑料原料PP/T30S/华磷化工		50.0	1.0	浙江省余姚
[点击购买]	塑料原料PP/T30S/华磷化工		1.0	1.0	浙江省余姚
[点击购买]	塑料原料PP/S1003/上海赛科		10.0	5.0	浙江省台州市
[点击购买]	塑料原料PP/F401/盘锦乙烯		5.0	1.0	浙江省余姚
[点击购买]	塑料原料PP/T30S/福建联合石化		10.0	5.0	浙江省宁波市
[点击购买]	塑料原料PP/T30S/盘锦乙烯		30.0	10.0	浙江省金华市

浙江塑料城网上交易市场的现货交易界面





第二类是现货网上即期交易模式

2010-04-26 会员总数: 126205 资源总数: 265157 条 用户名: 密码: 登录 新用户注册 设为首页 加入收藏

中国钢铁平台

http://www.158steel.com

现货交易 异地采购 自主下单 实时价格 点击下载

中国钢铁信息平台 钢铁频道 特钢频道 有色频道 炉料频道 国际频道 市场分析 市场综述 钢厂调价 钢厂动态 浙江产经 库存与到货 招投标信息 相关行业 钢材行情 建材行情 型材行情 管材行情 特钢行情 不锈钢行情 统计数据 中厚板 螺纹钢 线材 合金金钢 热卷板 冷卷 工字钢 镀锌板 镀锌管 船舶 各地市场: 杭州 宁波 上海 台州 温州 金华 南京 北京 广州 福州 长沙 成都 重庆 西安 武汉 唐山 昆明 乐从 天津 南宁 更多地区 现货交易指数 供应专题 供应信息 求购信息 资源查询 钢材大市场 钢材专业市场 钢材加工 物流与仓储 钢厂 经销商 终端用户 钢材大词典 信息发布

中国钢铁期货交易平台即时走势 | 期货入门 | 热门问答 | 名家坐堂 | 行情全手报 | 财经千里眼 | 铁矿石行情 | 投资感悟 | 期货市场动态 | 全球市场指数 | 期货行情研究 | 交易解密

进入交易市场 品种: 请选择品种 地区: 请选择地区 钢厂: 请选择钢厂 资源搜索 资讯搜索 搜索

票据贴现利率

- “2009年杭州钢铁贸易50强” [04-26]
- 原料涨价需求下降 国内钢铁业... [04-26]
- 外资机构半推铁石价格指数... [04-26]
- 国内钢厂偏亢 废钢能否破解铁... [04-26]
- 铁矿石价格再度给中国钢企带来... [04-26]
- 钢厂增产不增收 利润率仅为3% [04-26]
- “铁矿石僵局” 严厉拷问钢铁业... [04-26]
- 宝钢湛江钢铁项目今年6月开建 [04-26]
- 铁矿石定价机制昨天进行时 各路... [04-26]
- 河北钢铁09年利润下降第一季度大... [04-26]

近期市场行情分析研判

- 四月国内中厚板市场走势及五月份... [04-26]
- 四月国内热轧板卷价格走势及五月... [04-26]
- 四月国内冷轧板卷市场走势及五月... [04-26]
- 四月带钢市场走势以及五月市场走... [04-26]
- 四月国内建筑钢材价格走势及五月... [04-26]
- 钢铁业界对钢材期货的一些看法 [04-26]
- 国际钢市一周综述(0418-0... [04-26]
- 钢材消费旺季不旺 节后钢价首现... [04-26]
- 铁矿石行情走势预测(4-26)... [04-26]
- 热轧板卷行情走势预测(4-26)... [04-26]

价格走势图 上海热轧 杭州螺纹钢

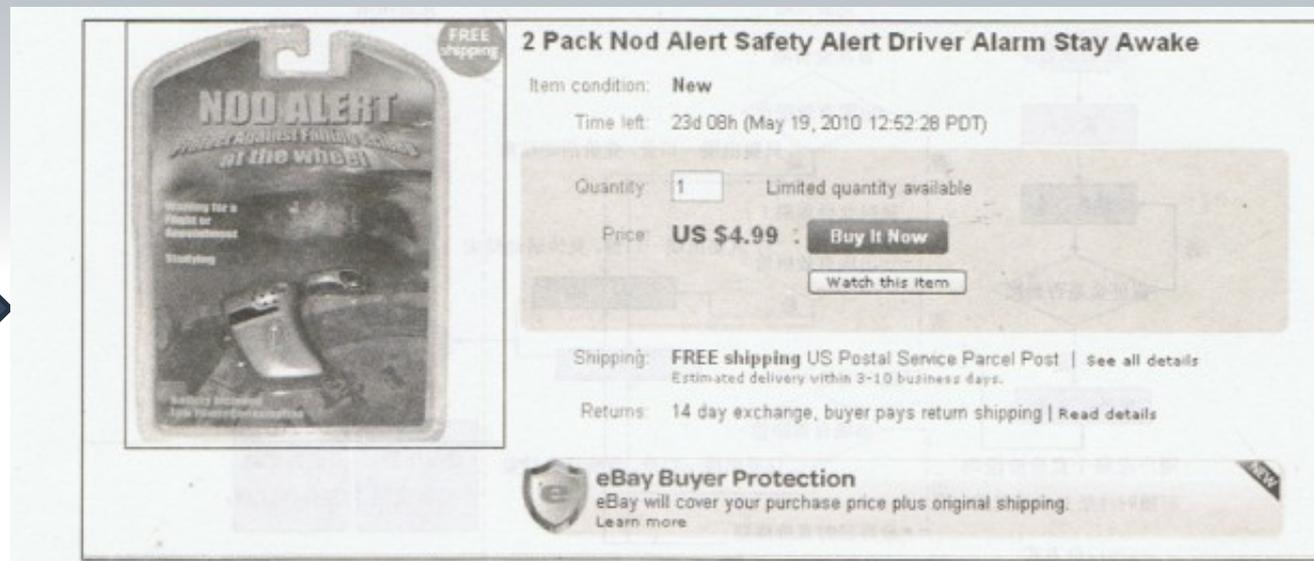
中国钢铁平台
浙江和平钢铁网络有限公司
大量钢厂现货资源已到货

中国钢铁平台首页





第三类是网上商铺模式

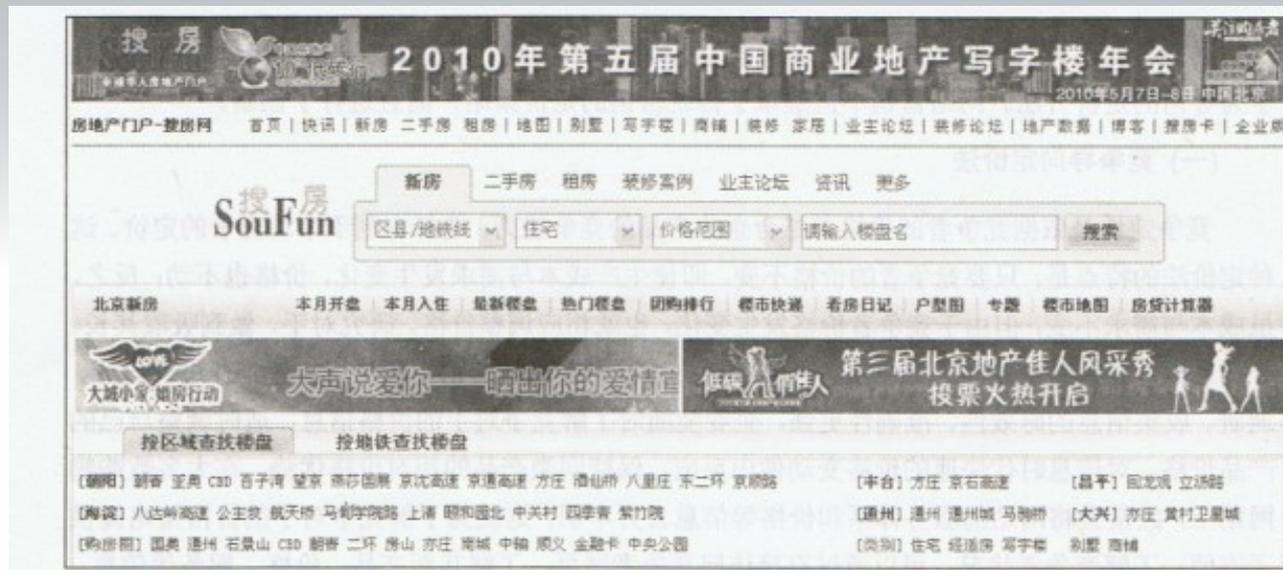


eBay 销售的商品



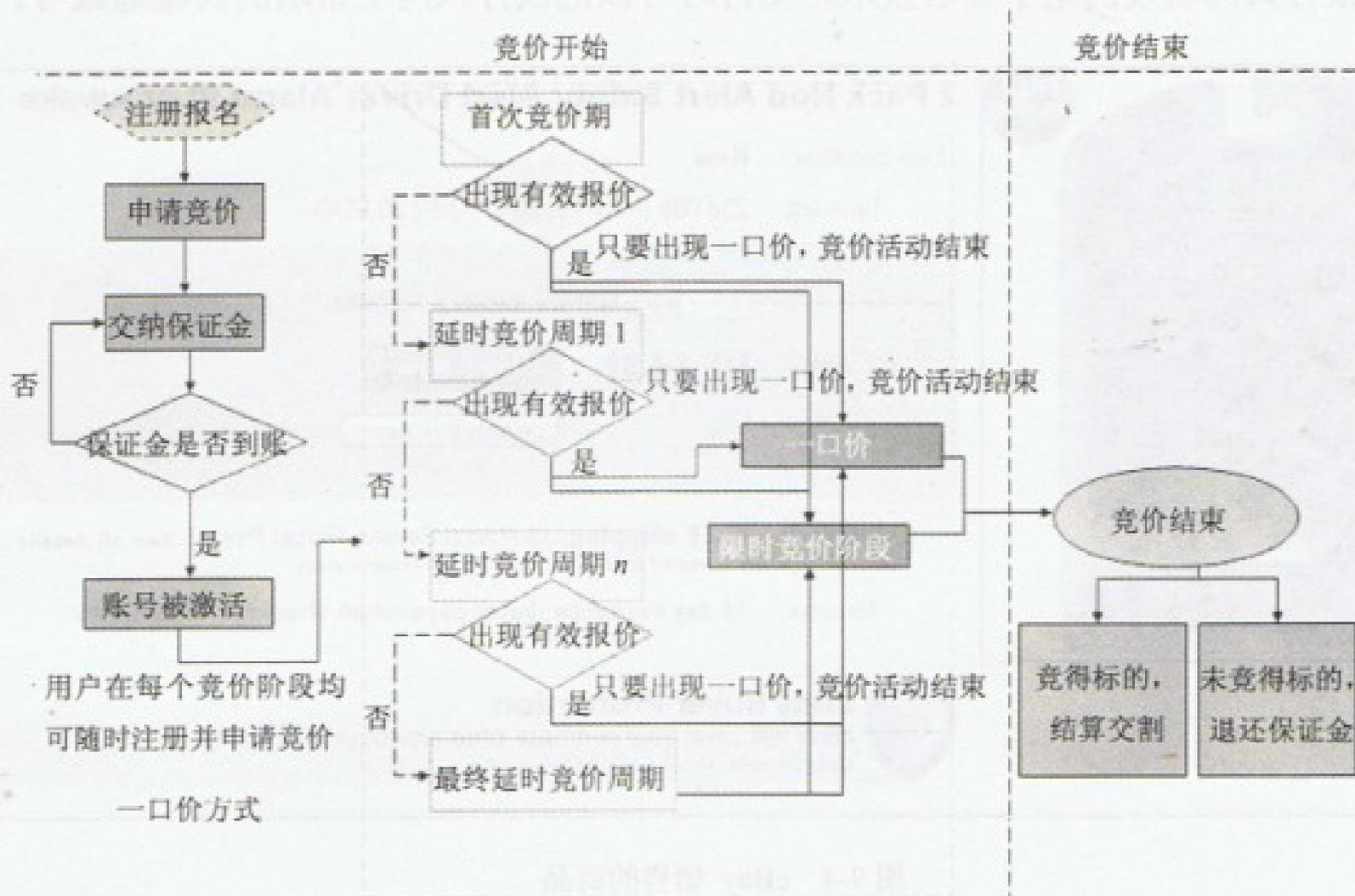


第四类是网上信息模式



中国搜房网







竞争导向定价法	低位定价法	个性定价法
声誉定价法	自动调价与智能议价	特有产品特殊价格
捆绑销售	产品循环周期阶段定价法	使用定价法





作为个性化服务的重要组成部分，按照顾客需求进行定制生产是网络时代满足顾客个性化需求的基本形式。定制化生产根据顾客对象可分为两类：一类是面对工业组织市场的定制生产，另一类是面对大众消费者市场的定制生产。





flights | hotels | cars | vacations | cruises

package and save up to \$500:

- flight only
- flight + hotel
- flight + hotel + car

NO BOOKING FEES + EARN AIRLINE MILES
on published price flights details

from (city or airport) to (city or airport)

departing returning

number of tickets seating class

1 ticket Economy/Cosch

search now!

more search options:
> one way > multi-city > by airline

"NO ONE DEALS LIKE WE DO"

name your own price® - get deeper discounts

- save up to 40% on flights
bid now
- save up to 50% on hotels
bid now
- save up to 40% on cars
bid now

Priceline 网站上，你可以对商品出价



免费产品特征	免费价格策略的实施
易于数字化	免费价格策略的风险
无形化	免费价格策略实施步骤
零制造成本	
成长性	
冲击性	
间接收益	





数字产品的特点

- 不可破坏性
- 可改变性
- 较快的传播速度
- 产品互补性
- 时效性
- 高附加值
- 特殊的成本结构

数字产品价格策略

- 免费定价策略
- 差别定价策略
- 捆绑定价策略
- 交叉补贴定价策略





网络价格歧视



网络产品差别定价

- 产品的不可比较性
- 即使是同一种商品，它们也不是完全可替代的
- 购物的便利程度及购物体验
- 商家的知名度及品牌和公众对商家的信任度

亚马逊差别定价试验及启示

- 亚马逊公司实施差别定价试验的背景
- 亚马逊公司的差别定价实验
- 亚马逊差别定价试验给我们的启示





任务实施

1

分析经营目标



张伟和李英首先分析了自己的网店状况，主要目的是尽快打入淘宝，吸引消费者购买，得到好评，利润不是主要目标。自己当前的主要优势是产品成本低，厂家给他们的价格每双只有 5 元，该产品的网下市场价格为 35 ~ 50 元。他们在网上达成生意后，由厂家直接发货，自己没有存货风险。同时，产品的品质优良，只要制定有竞争力的价格，不愁顾客不好评。





任务实施



2

制定产品价格

确定产品的价位

A

高端产品采取剩余定
价法和捆绑销售法

B

拍卖策略

C

低端产品实施“秒杀”策略

D

