



Thorsten Schaper

Preismanagement

Einführung in Theorie und Praxis

3., überarbeitete und erweiterte Auflage

158 Seiten, 2017

Print: <978-3-428-15301-5> € 29,90

E-Book: <978-3-428-55301-3> € 26,90

Print & E-Book: <978-3-428-85301-4> € 39,90

Die permanente Suche nach dem »richtigen« Preis und der zunehmende Preisdruck in vielen Branchen erfordert aus unternehmerischer Sicht ein konsequentes Preismanagement. Vor diesem Hintergrund zeigt das Buch systematisch einen mehrstufigen Ansatz für das preisliche Vorgehen in Theorie und Praxis auf.

Neben der Analyse des Preisumfeldes und der nachfolgenden Definition von Preiszielen liegt der Fokus auf Fragen des strategischen Preismanagements: Preispositionierung, Preisstrategien im Produktlebenszyklus, Preisfestsetzung, Preisdifferenzierung und Konditionengestaltung. Kurzfristig variierbare Pricinginstrumente (z.B. Sonderangebote, Coupons) ergänzen die strategischen Entscheidungen. Thematisiert werden auch Aspekte der Preisdurchsetzung im Markt und des Preiscontrollings im Rahmen dieser entscheidungsorientierten Vorgehensweise. Abschließend erfolgt eine Diskussion der Besonderheiten des Preismanagements in den wichtigen Branchen des stationären Einzelhandels und des E-Commerce.

Inhalt

A. Grundlagen des Preismanagements

Einleitung — Preis und Preismanagement — Besonderheiten und Bedeutung des Preismanagements

B. Entscheidungsorientiertes Preismanagement

Umfeldanalyse des Preismanagements — Ziele des Preismanagements — Strategisches Preismanagement — Operatives Preismanagement — Preisrealisierung — Preiscontrolling

C. Branchenspezifisches Preismanagement

Preismanagement des Handels — Preismanagement im Internet

Literaturverzeichnis

Stichwortverzeichnis

Über den Autor