

Metodologia estratégica de preços

O método de precificação precisa ser bem estudado e sempre que possível testado no mercado para que a empresa assegure a sua rentabilidade mas não perca a competitividade. A assertividade desta equação é vital para que a empresa conquiste mercado e remunere adequadamente o investimento. Nos slides a seguir seguem alguns conceitos uteis para o êxito da pratica de preços.



Na precificação importante avaliar:

- >Clientes: Estes influenciam o preço à medida que promovem a demanda por um produto ou serviço. Por conta disso, as empresas precisam sempre avaliar as decisões de precificação a partir da ótica dos clientes. Isto significa formar o preço a partir do que o cliente está disposto a pagar. Essa ótica é extremamente subjetiva e de difícil mensuração, pois pressupõe uma pesquisa de mercado com usuários e ou consumidores.
- >Concorrentes: É necessário que as empresas estejam atentas às ações de seus concorrentes. Os mesmos produtos em outros concorrentes e até mesmo produtos alternativos ou substitutos podem afetar a demanda por produtos e serviços da empresa. Por conta disso, a ótica dos concorrentes é uma possibilidade para formação do preço de venda, onde a empresa procura formar o preço de seus produtos e serviços a partir dos preços praticados pelos concorrentes.
- >Custos: Os custos influenciam a oferta de produtos e serviços, pois quanto mais baixo for o custo em relação aos preços pagos pelo cliente, maior será a capacidade de fornecimento por parte da empresa. Gestores que entendem o custo de seus produtos e serviços são capazes de estabelecer preços atrativos e obter retornos operacionais desejáveis. Nesta ótica a empresa forma o preço a partir dos custos, adicionando uma margem de ganho desejada pela empresa.

Estratégia de preço - Com Base em custos

Atenção nos custos: Ter sob controle os custos diretos como exemplo custos dos materiais, custos de transformação, estocagem, financeiros dos produtos e serviços alocados de forma correta em cada produto acrescido do Mark-Up e custos fixos bem diluídos sob a receita são os princípios básicos para que a empresa obtenha resultados positivos.

Aplicável a Empresas

Empresas competitivas que conhecem bem o mercado e a capacidade de gerar as vendas

Estratégia de preço - Com base em competitividade

Estratégia em relação a concorrência: antes de definir um preço é importante verificar como sua empresa pode se posicionar diante dos concorrentes. Avalie bem o quanto pode ser praticado em função de marca, diferenciais perceptíveis no mercado, nível de qualidade dos produtos e de confiabilidade de entregas e base de clientes já fidelizados. Criar um ranking de avaliação destes itens em relação a concorrência é recomendável. Preços baixos não fidelizam clientes. Diferenciais em relação a concorrência fidelizam clientes.

Aplicável para empresas

Empresas que tem posicionamento de mercado bem definido lastreado nos diferenciais de produtos e serviços em relação a concorrência.
(posição singular)

Estratégia de preço - Com Base no mix de produtos

- ▶ **Estratégia de margens de contribuição variadas e diferenciadas de acordo com a competitividade de cada produto do mix de compra dos clientes podem favorecer a conquista de clientes e pedidos quando se tem variedade de produtos suficientes para adotar esta prática**

Aplicável para Empresas

- ▶ **Empresas com grande variedade de produtos e consolidadas no mercado**

Estratégia de preço - Com base em oferta e procura

- ▶ Estratégia de aproveitar as oscilações de demanda variando os preços com margens maiores em períodos de mercado aquecido e reduzindo em períodos de demanda baixa (também válido para sazonalidade)

Aplicável em Empresas

- ▶ Empresas de alto poder econômico que podem absorver baixos resultados ou até prejuízos em períodos em que o mercado se apresenta super-ofertado.

Estratégia de preços - Com base em compensação em benefícios aos clientes

- ▶ Estratégia de conceder a cliente compensação financeira ou em produtos por volume de compra e ou exclusividade por determinado período visando neutralizar a concorrência.

Aplicável em Empresas

- ▶ Empresas com forte vocação e investimento em marketing de resultados e força de vendas própria e competente.

Para obter mais informações sobre prática de
preços estratégicos e competitividade
consulte

REINER MODRO
Consultor Empresarial

047 99974-7727

047 3055-0333

modro@netuno.com.br

modroconsultoria@gmail.com

Avenida Marechal Deodoro da Fonseca, nº1067
Sala 03, Centro - Jaraguá do Sul - SC



MODRO
CONSULTORIA EMPRESARIAL

