

Jaka cena jest właściwa?

Pytania o stan Twojej polityki cenowej

Wszystkie firmy wyznaczają ceny dla swoich produktów i usług. Wiele z nich wykorzystuje do tego celu skomplikowane podejścia, bazując na wieloletniej wiedzy o rynku oraz znajomości swoich klientów i otoczenia konkurencyjnego. Posługują się przy tym dedykowanymi narzędziami oraz wielowymiarowymi analizami. A jednak decyzje dotyczące rabatów przy poszczególnych transakcjach powstają często w oparciu o intuicję działu sprzedaży i obserwowane praktyki rynkowe.

Jak wynika z naszych obserwacji, doświadczeń projektowych oraz badań dojrzałości cenowych organizacji, tylko niecałe 3% firm może się pochwalić pozycją lidera w zarządzaniu cenami. Tymczasem, te kompetencje mają jednoznacznie przełożenie na wymiar finansowy: liderzy mają średnio ponad dwukrotnie wyższą rentowność od swoich mniej zaawansowanych konkurentów oraz prawie pięciokrotnie wyższą od firm znajdujących się na początkowym etapie wdrażania profesjonalnego podejścia do zarządzania cenami.

Jeśli zastanawiasz się jak radzi sobie Twoja organizacja, możesz szybko dokonać oceny, odpowiadając na następujące pytania:

1	Czy w Twojej organizacji funkcjonuje dyrektor zarządzający lub członek zarządu ds. cen?	TAK	NIE	NIE WIEM
2	Czy w ciągu ostatnich dwóch lat przeprowadziłeś badanie rynkowe pozwalające określić jak, na tle konkurencji Twoi klienci cenią Twoje produkty i współpracę z Twoją firmą?	TAK	NIE	NIE WIEM
3	Czy sporządzona przez Ciebie segmentacja klientów uwzględnia, poza kanałem sprzedaży i poziomem obrotów, również parametry determinujące skłonność klientów do zapłaty?	TAK	NIE	NIE WIEM
4	Czy wiesz o jaką dokładną wielkość wzrośnie wolumen sprzedaży Twojego najszybciej rotującego produktu bądź usługi, jeśli obniżysz cenę o 5%?	TAK	NIE	NIE WIEM
5	Czy wiesz dokładnie w jakim stopniu wprowadzenie ostatniego nowego produktu do oferty skanibalizowało sprzedaż pozostałych oferowanych przez Twoją firmę podobnych produktów?	TAK	NIE	NIE WIEM
6	Czy znasz parytet cenowy dla Twojego top produktu lub usługi, w porównaniu do Twojego najgroźniejszego konkurenta w tym roku?	TAK	NIE	NIE WIEM
7	Czy wiesz o jaką dokładnie wartość spadnie wartość i wolumen Twojej sprzedaży, jeśli lider na Twoim rynku (lub konkurent nr 2 jeśli Ty jesteś liderem) zmniejszy swoją cenę o 10%?	TAK	NIE	NIE WIEM
8	Czy znasz faktyczny (a nie księgowy) i aktualny jednostkowy koszt obsługi swoich dziesięciu top klientów?	TAK	NIE	NIE WIEM
9	Czy masz dziś w swojej skrzynce mailowej raport, który pokazuje jak kształtowały się dzienne odchylenia cen fakturowych od cen standardowych?	TAK	NIE	NIE WIEM
10	Jeśli masz taki raport, czy widzisz, dla których klientów i z jakich tytułów powstały te odchylenia?	TAK	NIE	NIE WIEM
11	Czy dla każdego produktu lub usługi, dla których współczynnik elastyczności konkurencyjnej jest większy od 1 masz wyznaczony produkt referencyjny i znasz jego aktualną cenę?	TAK	NIE	NIE WIEM
12	Czy znasz wartość netto efektu kanibalizacji oraz efektu halo ostatniej wprowadzonej przez siebie promocji?	TAK	NIE	NIE WIEM
13	Czy gdy ostatnio Twój klient powiedział, że konkurencja ma niższe ceny, zweryfikowałeś tę informację?	TAK	NIE	NIE WIEM

Jeśli zaznaczyłeś „NIE” dla przynajmniej 3 z tych stwierdzeń, ale nie wiesz dokładnie, jakie są tego konsekwencje, Twoja organizacja może w szybki i bezbolesny sposób znacznie zwiększyć swoją rentowność. A jest o co walczyć: **zmiana ceny o zaledwie jeden procent może przełożyć się na 12 procentowy wzrost zysku operacyjnego**, a inwestycja w profesjonalizację podejścia do cen **zwraca się zwykle w ponad 300 procentach w okresie krótszym niż 1 rok**.

Nasze kompetencje

Usługi Deloitte z zakresu polityki cenowej są regularnie klasyfikowane jako jedne z najlepszych na świecie. Jesteśmy globalnym liderem rynku doradztwa cenowego według

renomowanych firm analitycznych. Oferujemy całościowe i kompleksowe podejście „end to end”, które pozwala wykorzystać wszystkie możliwości jakie daje skuteczna polityka cenowa. Nasze rozwiązania obejmują: strategię, optymalizację cenową, doskonalenie procesów, strukturę organizacji, analizę transakcji, wybór i wdrożenie odpowiednich technologii oraz zarządzanie zmianą. Proponowane przez nas rozwiązania są wsparte zaawansowaną technologią. W tym celu współpracujemy z czołowymi dostawcami nowoczesnych technologii, dostarczając najbardziej optymalne rozwiązania, w jak najkrótszym czasie. Łącząc te elementy i uzupełniając je wiedzą zdobytą na poziomie transakcyjnym, pomagamy największym firmom na świecie stawać się liderami w zarządzaniu cenami.

**Chciałbyś dowiedzieć się więcej?
Skontaktuj się z nami:**

Magdalena Jończak

Partner
Dział Konsultingu, Deloitte
mjonczak@deloitte.com
Tel. +48 22 5110181

Mariusz Chmurzyński

Dyrektor
Dział Konsultingu, Deloitte
mchmurzynski@deloitte.com
Tel. +48 22 3483806

