

# 定价圣经



[定价圣经\\_下载链接1\\_](#)

著者:罗伯特·J·多兰

出版者:中信出版社

出版时间:2008-4

装帧:平装

isbn:9787508611075

《定价圣经》主要内容：“我们一定要涨价”、“每天涨1角钱，设法让客户相信他们买得物有所值”，“让市场决定价格”、“我们的价格应该和竞争对手的价格保持一致”，你是不是也这样说过呢？或者干脆只凭经验定价，例如只在成本的基础上加上标准计价？调查显示，有88%的企业没有认真研究过定价。

我们的客户和竞争者都处于一个相当复杂的市场环境中，而很多企业的产品又都实行了“水平式产品扩张”或者“垂直式产品扩张”，这使得定价变得更加复杂。在这种情况下，如果依然抱着“差不多就行”的心态来定价，无疑将对企业的盈利状况构成严重威胁。只有敏锐的定价分析和判断才会带来丰厚的收益。

《定价圣经》旨在帮助企业通过改进定价思维取得最佳财务业绩，从而提高公司的利润。书中依据企业的真实范例来说明最佳定价思维，重点阐释经事实证明很成功的技巧和框架，也就是当今全世界高明定价者用以提高利润的定价技巧，从而为高层管理者、财务总监、会计主管、市场总监和销售经理以及其他人员提供一套行之有效的定价体系。

作者介绍:

目录:

[定价圣经 下载链接1](#)

标签

营销

定价

商业

市场营销

顾客心理

心理学

商品价格

管理

评论

怎么说 没感觉 就还行

-----  
大部分内容都是微观经济学的知识，结合了不少翔实的商业案例。其实定价还有很多策略是要靠心理学的那些东西

-----  
5星。

-----  
: F274/2281-1

-----  
值得学习,很有帮助

-----  
写的还是蛮好的 定价的确很重要 对于适当的市场需求 适当的产品 来参考价格

-----  
非常厉害的一本定价书，我做读书笔记都用了挺多时间。 详见读书笔记。

-----  
再读

-----  
2011-04-06

-----  
有几个观点，还是值得一看的

-----  
主要从制造商/品牌商的角度出发来看产品定价。算是干货向的定价书（不是那种只说变量不说变量联系的书），在原理解释上花了不少笔墨。逻辑清晰，也容易理解。当然，也感受到了作者在书写时的一些无力感，毕竟影响价格因素太多。虽然有些问题没有完整的解答的，但作者也有说明部分章节的不完整性，和方法的局限，这是很棒的。emmm~，但依旧没有解答很多问题…定价果然是千古难题。

-----  
因为准备西蒙顾和的面试所以看了西蒙的书，大体感触不大，不过还是能把之前说不出的话用文字表达出来。

-----  
告诉你该怎么做。但是为什么这么做，不知道。而且这么做，是否一定成功，也是无人知晓的。不过丰富的how，也算具有一定的方向和借鉴。

-----  
定价

-----  
有纲领性指导意义，但是实际操作中需要考虑到精细化研究的人力成本和时间成本。做到平衡才是最重要的。

-----  
非线性定价部分比较有意思，分析也较到位。  
但总体感觉，作者没有分析出太多的规律和定价技巧。

-----  
@2008-07-30 19:46:25

-----  
[定价圣经 下载链接1](#)

## 书评

有实际经验会更有共鸣。定价是知易行难的过程。但，知与不知还是有差异的。越复杂，分析、策略的重要性越超过直觉。也很赞同对信息的强调。分析对信息质量的提高是有限的。很多公司不是没有分析的方法，是没有获得信息的方法。

-----  
影响利润的要素是： 1、 $\text{利润} = \text{销售收入} - \text{成本}$ ；成本包括变动成本和固定成本  
2、 $\text{销售收入} = \text{销量（单位）} * \text{价格}$  3、 $\text{变动成本} = \text{单位变动成本} * \text{销量}$

全书是影响利润的要素来展开的。

之前我从来没有想过，提高1%的价格有可能使净利润增加12%。书中有许许多多诸如此类的案例震撼了我。 ...

-----  
作为采购人员。。我非常推荐看这本书。。  
中国目前来说还是简单的成本、利润定价法。。。  
而竞争性定价等等，在未来的市场里，会越来越广泛的应用。于是，情况会越来越复杂。  
在这之前，我们自然要多分清楚定价这本身的概念和技巧。。

-----  
[定价圣经\\_下载链接1](#)