

价格竞争与价值主张

汇报人：

2023-12-23



目录

- 价格竞争概述
- 价值主张概述
- 价格竞争与价值主张的关系
- 如何在市场中实施有效的价格竞争与价值主张
- 案例分析





价格竞争概述





价格竞争的定义

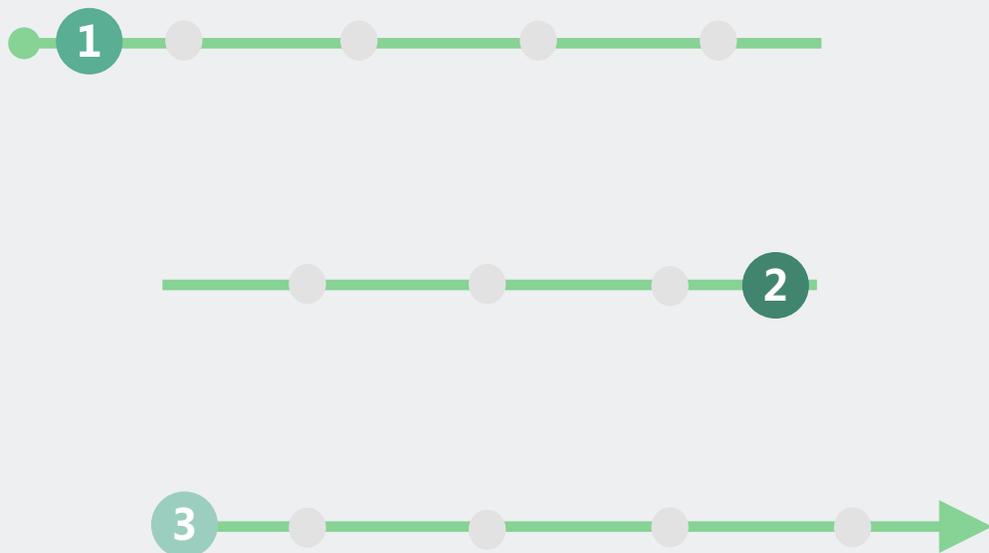
价格竞争是指企业通过降低产品价格来吸引消费者并获得市场份额的竞争策略。

价格竞争通常是在产品或服务的质量、品牌形象、技术含量等方面相近的情况下，企业采取的一种竞争手段。





价格竞争的策略



成本领先

通过降低生产成本、优化供应链等方式，使产品价格低于竞争对手，从而获得竞争优势。

差异化定价

针对不同消费者群体或产品特点，制定不同的价格策略，以吸引目标客户。

促销定价

通过短期降价、折扣、赠品等方式，吸引消费者购买，提高市场份额。



价格竞争的优劣势

优势

能够快速吸引消费者，提高市场份额；
能够抵御新进入市场的竞争对手；能
够增加消费者对品牌的忠诚度。

劣势

可能导致企业利润下降，甚至亏损；
可能引发价格战，导致整个行业利润
下降；可能忽视产品创新和品牌建设，
不利于企业长期发展。





价值主张概述





价值主张的定义



价值主张是指企业所提供的产品或服务的独特价值和优势，以及这些价值和优势如何满足客户的需求和期望。

价值主张是企业市场竞争中获得优势的关键，它能够使企业在价格、产品、服务等方面与竞争对手区分开来。





价值主张的构成要素



功能性价值

产品或服务的基本功能和特点，如性能、可靠性、耐用性等。



情感性价值

产品或服务带给客户的情感体验和心理满足，如品牌形象、用户体验、个性化服务等。



象征性价值

产品或服务所代表的社会地位、身份认同和价值观等。



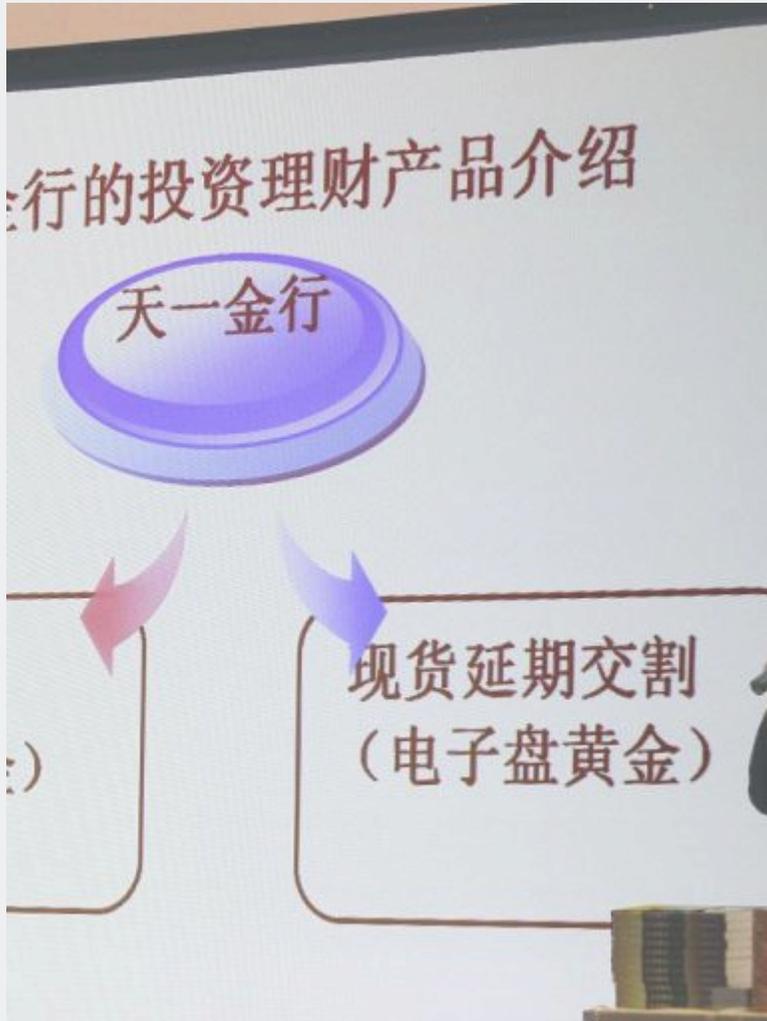
价值主张的优劣势

优势

能够更好地满足客户需求，提高客户忠诚度和品牌形象，有助于企业在市场竞争中获得优势。

劣势

如果企业的价值主张过于单一或不够独特，可能会被竞争对手模仿或超越，同时如果客户需求发生变化，企业可能会面临较大的风险。





价格竞争与价值主张的关系





价格竞争对价值主张的影响

价格竞争可能导致企业过度关注价格而忽视价值

在激烈的价格竞争中，企业可能会为了获得市场份额而降低价格，从而忽视产品或服务的内在价值，导致产品质量下降或服务水平降低。

价格竞争促使企业提升价值创造能力

为了在价格竞争中脱颖而出，企业需要不断提升自身的价值创造能力，提供更高质量的产品或服务，以满足消费者对价值的追求。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/677051014136006132>