

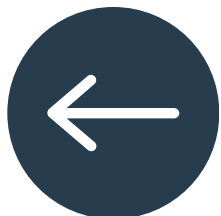


DYNAMIC PRICING: OPTIMALE PREISGESTALTUNG DURCH AUTOMATISCHE LÖSUNGEN



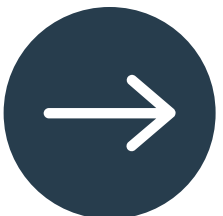
DEFINITION: WAS BEDEUTET DYNAMIC PRICING?

Grundsätzlich gesehen, ist die dynamische Preisgestaltung die laufende Anpassung der Preise für Produkte und Dienstleistungen an die aktuelle Marktsituation, um die Wahrscheinlichkeit eines Verkaufserfolges zu steigern und die Gewinnaussichten zu optimieren.



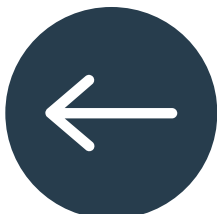
WELCHE GRÜNDE GIBT ES FÜR DIE WACHSENDE BEDEUTUNG VON DYNAMIC PRICING?

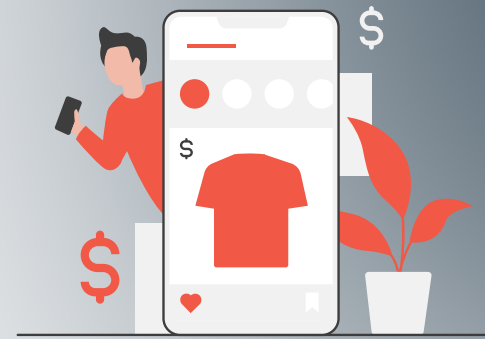
Die moderne Handelswelt zeichnet sich durch rapide Marktbewegungen, hohe Preistransparenz und entsprechend wechselfreudige Konsumenten sowie eine täglich zunehmende Anzahl an Produktalternativen und Mitbewerbern aus. Die Menge sowie die Komplexität an mit diesen Faktoren verbundenen Daten nimmt ebenfalls ständig zu, wodurch die Frage nach der weiteren Bewältigbarkeit durch manuell verwaltete Lösungen an akuter Schärfe gewinnt.



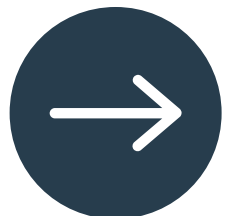
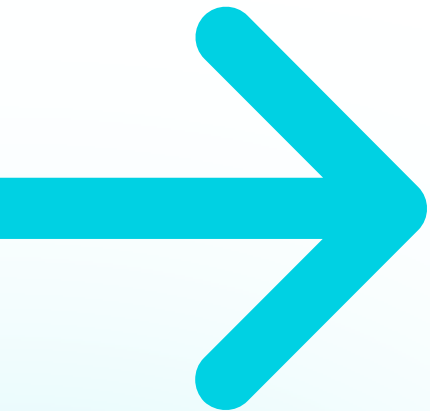
DIE WICHTIGSTEN VORTEILE VON DYNAMIC PRICING IM ÜBERBLICK

- **Stärkung der Wettbewerbsposition:** Durch die schnelle und präzise Koordinierung von Angebot und Nachfrage kann die eigene Marktposition gefestigt werden.
- **Verbesserte Performance:** Effektivere Datenanalyse ermöglicht eine bessere Performance in Bezug auf festgelegte Schlüsselindikatoren (KPIs).
- **Wirtschaftliche Effizienz:** Durch Dynamic Pricing können wirtschaftliche Effizienzpotentiale gehoben werden.
- **Optimierung des Produktportfolios**



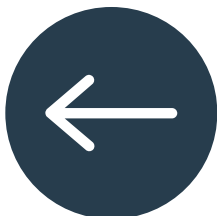


- **Exakte Berücksichtigung von Kundenreaktionen:** Die Reaktionen der Zielgruppe auf Preisanpassungen können präziser berücksichtigt werden.
- **Preiselastizität:** Die Optimierung des Preisniveaus im Hinblick auf absehbare Nachfragerreflexe ermöglicht eine bessere Preisgestaltung.
- **Bevorzugung von Neukunden:** Durch Dynamic Pricing kann gezielt auf Neukunden eingegangen werden.
- **Berücksichtigung externer Faktoren:** Neben den Preisanpassungen werden auch Konkurrenzverhalten oder Marketing-Aktivitäten berücksichtigt, um eine ganzheitliche Preisstrategie zu gewährleisten.



WIE FUNKTIONIERT DYNAMIC PRICING UND AUF WELCHEN INFORMATIONEN BAUT ES AUF?

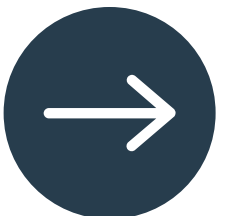
Dynamic Pricing auf Basis speziell dafür entwickelter Anwendungen (Algorithmen, Dynamic-Pricing-Tools usw.) kombinieren ein breites Spektrum an externen und internen Variablen, die über elementare Aspekte wie etwa Kostendeckung oder Konkurrenzpreis weit hinausgehen. Hinzu kommen die bereits zuvor erwähnten Prognosen zu Preiselastizität und Nachfragesensibilität. Lernfähige Algorithmen als wichtigstes Element dynamischer Pricing-Lösungen besitzen dabei sowohl eine Analyse-, Prognose- als auch Optimierungsfunktion.



DIE SPEZIFISCHE ROLLE DES MARKETINGS IM RAHMEN VON DYNAMIC PRICING

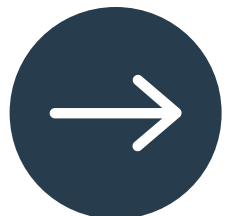


Da Marketer in aller Regel nicht die volle Verantwortung für die Preisgestaltung innerhalb eines Unternehmens innehaben, stellt sich die Fragen nach deren spezifischer Rolle im Hinblick auf die Implementierung von Dynamic Pricing. Dabei ist anzumerken, dass Marketingentscheidungen und preisliche Optimierung insofern zusammenhängen, als dass erstere das Nachfrageverhalten ebenso signifikant beeinflussen können





In vielen Konstellationen stellt sich also die Frage, ob anstatt eines etwaigen Preisnachlasses nicht eher eine Intensivierung der Marketingaktivitäten angebracht wäre. Ebenso obliegt es dem Marketing, die durch das Dynamic-Pricing-Tool mitunter angezeigte "Bevorzugung" von Neukunden so gut als möglich auszugleichen, indem sich Stammkunden gleichzeitig durch personalisierte Newsletter oder individuelle Angebote weiterhin gut aufgehoben fühlen.





MARCEL

@webadvice

DU MÖCHTEST MEHR ERFAHREN?

DEN GANZEN SPANNENDEN
BEITRAG FINDEST DU AUF
UNSERER HOMEPAGE.



für später speichern

