

أساليب التسعير

السعر جزء رئيسي من التسويق. السعر عنصر مهم ومصيري، إذ يمكن أن تقلل من تقديرك للتأثير الذي تحدثه سعر خاطئة مما يؤدي إلى فشل عملك في أغلب الأحيان. ويرتكب رواد الأعمال الجدد الخطأ في أغلب الأحيان نتيجة عدم تفهمهم لمدى تأثير الأسعار على منتجهم أو خدمتهم. لذا عليك الحصول على المساعدة لكي تتجنب ارتكاب هذه الأخطاء، والقسم التالي يلخص بعض المبادئ التوجيهية في سياسة التسعير.

تحديد الأسعار: يمكن أن توضع أسعار المنتجات والخدمات لتتوافق مع أوضاع السوق أو كلفتك أو طريقة تسعير مجربة سابقاً. ويمكن لرواد الأعمال الجدد والذين تنقصهم الخبرة تحديد أسعارهم استناداً إلى سعر السوق، ومع نمو تجربتهم وخبرتهم في هذا المجال، يصبح بمقدورهم وضع أسعار طبقاً لكلفتهم. وتلك هي سمات الأسعار، منها ما هو مقبول للسوق، ومنها ما هو مبني على التكلفة. ويجب في كلتا الحالتين أخذ أوضاع السوق بالاعتبار. هذا بالإضافة إلى أن السعر الفعّال يعتمد في الأساس على أهداف عمل شركتك: هل تريد تحقيق حد أقصى من الأرباح أو تحقيق نمو مرتفع في المبيعات؟ فالاختيارات التي تتبناها في عملك تكون في النهاية مبنية على أحوال أسواقك ومبيعاتك، وكلاهما، أي أحوال السوق والمبيعات المتوقعة، يحدثان فرقا كبيرا في الأسعار.

سعر مستند إلى السوق: توضع هذه الأسعار مقارنةً مع أسعار منافسيك (أصحاب المنتجات والخدمات المشابهة). حدّد مدى السعر الذي سيتوقعه زبائنك، ويمكنك أن تستعمل هامش سعر السوق (ما هو مقبول للسوق) كدليل لوضع أسعارك. فالزبائن الذين تبيعهم قد يستندون أيضاً إلى سعر السوق وسيقومون بإخبارك بما سيدفعونه ثمناً لمنتجك أو خدمتك. عليك أن تحتفظ بسجلات التكاليف الفعلية، وتحلل الكلفة في ضوء السعر مما سيساعدك في التأكد من جميع كلفك وعوامل تغطية هذه الكلف. ملاحظة هامة: كن حذراً عند تخفيض السعر سعياً للتنافس أو تحقيق المبيعات. يجب أن تضع سعرك المنافس بالمقارنة مع مدى سعر المنتجات أو الخدمات المشابهة لمنتجاتك أو خدماتك، دون تخفيض السعر بطريقة عشوائية؛ فإذا كانت كلفتك الحقيقية أعلى، فإن أسعارك النهائية يجب أن تكون أعلى.

سعر مستند إلى التكلفة: يجب أن يغطّي السعر كلّ الكلف من سلع / خدمات يستهدف بيعها، ويشمل هذا كلف الإنتاج والتوريد، ومواد أخرى، وإضافات، والجهد المبذول (الإطار الزمني) لإنجاز العمل في الخدمات، مضافاً إليها الربح المستهدف. ويجب أن تتضمن الكلف تكاليف الإنتاج، والعمل، ويشمل ذلك التكاليف غير المباشرة و التكاليف الثابتة، بالإضافة إلى التجهيزات والمواد.

استعمل هذه الصيغة البسيطة في وضع سعر (لكل وحدة): التكاليف الكلية لإنتاج كل وحدة + الربح المستهدف بالدينار لكل وحدة.

يمكن للأعمال أن تضع نسباً مختلفة للربح، فتضع على سبيل المثال 15% ربحاً على التجهيزات والمواد، 20% ربحاً على العمل / أو الجهد، و 25% ربحاً على التكاليف غير المباشرة. ويعتمد هذا على طبيعة كل عمل على حدة. إذ يمكن أن يدللك البحث الذي تقوم به بأن سعر المنتجات أو الخدمات المتوفرة الشبيهة لمنتجك أو خدمتك في السوق أقل بكثير مما تطلبه، وهذا يلزمك لأن تعدل هامش ربحك، أو تعيد النظر في توقعاتك، أو أن تقرر التخصص في منتج أو خدمة، أو اختيار سوق آخر. وبدلاً عن ذلك، قد تجبر على الاستنتاج بأنك لا تستطيع تحمّل أعباء هذا المنتج أو تلك الخدمة وتضطر لتبحث عن شيء آخر تعمله. ملاحظة: جميع الكلف التي عليك أخذها بالاعتبار تؤثر كليا على قرارك بالشروع في العمل، إضافة إلى أن لكل كلفة على حدة تأثيرها على قرارك ببدء مشروعك أو الاستمرار فيه.

All Rights Reserved © [Arab British Academy for Higher Education](http://www.abahe.co.uk)