

16. Cíle cenové tvorby a slevy

Cíle cenové tvorby

- Cílová návratnost investic
- Podíl na trhu
- Následování konkurence
- Maximalizace zisků
- Stabilizace cen

Druhy slev výrobních firem

- množstevní slevy (nekumulativní, kumulativní)
- obchodní nebo-li funkční slevy
- sezónní slevy
- propagační slevy
- hotovostní slevy – skonto (2/10 – n/30)

17. Tvorba maloobchodních cen

- Jednotné nebo proměnlivé ceny
- Cenové řady
- Využití psychologie při tvorbě cen (*zaokrouhlené ceny nebo ceny s lichými čísly, prestižní cena*)
- Paketový prodej
- Cena za měrnou jednotku
- Cenový vůdce
- Výkupní bonifikace