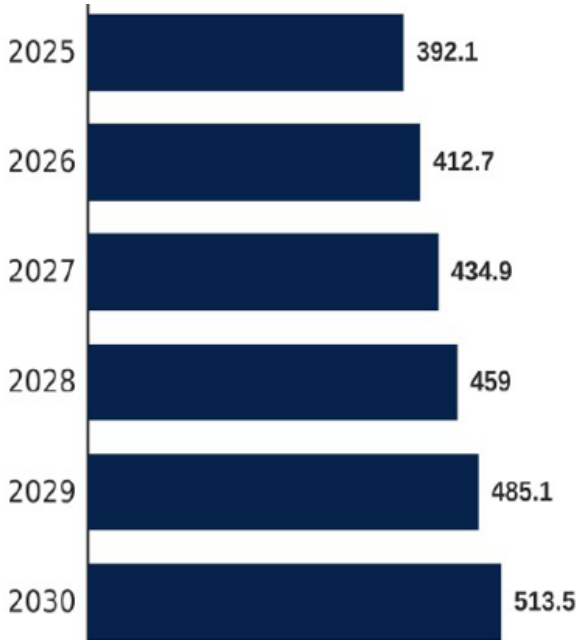
Produkty jubilerskie

Światowy rynek biżuterii

Year	2020	2021	2022	2023	2024
China	61.3	64.7	68.4	72.3	76.7
US	60.7	63.8	66.8	70.4	74.1
Japan	35.1	37.0	39.1	41.2	43.6
India	32.6	34.2	36.0	38.0	40.1
South Korea	17.9	18.8	19.8	20.8	22.0
Australia	11.5	12.1	12.7	13.3	14.0
Germany	7.7	8.1	8.6	9.1	9.6
Canada	7.5	7.8	8.2	8.5	8.9
Indonesia	7.0	7.3	7.7	8.1	8.5
UK	6.8	7.1	7.5	7.8	8.1
France	6.2	6.6	6.9	7.2	7.7
Italy	6.0	6.3	6.7	7.0	7.3
Spain	4.8	5.0	5.2	5.4	5.7

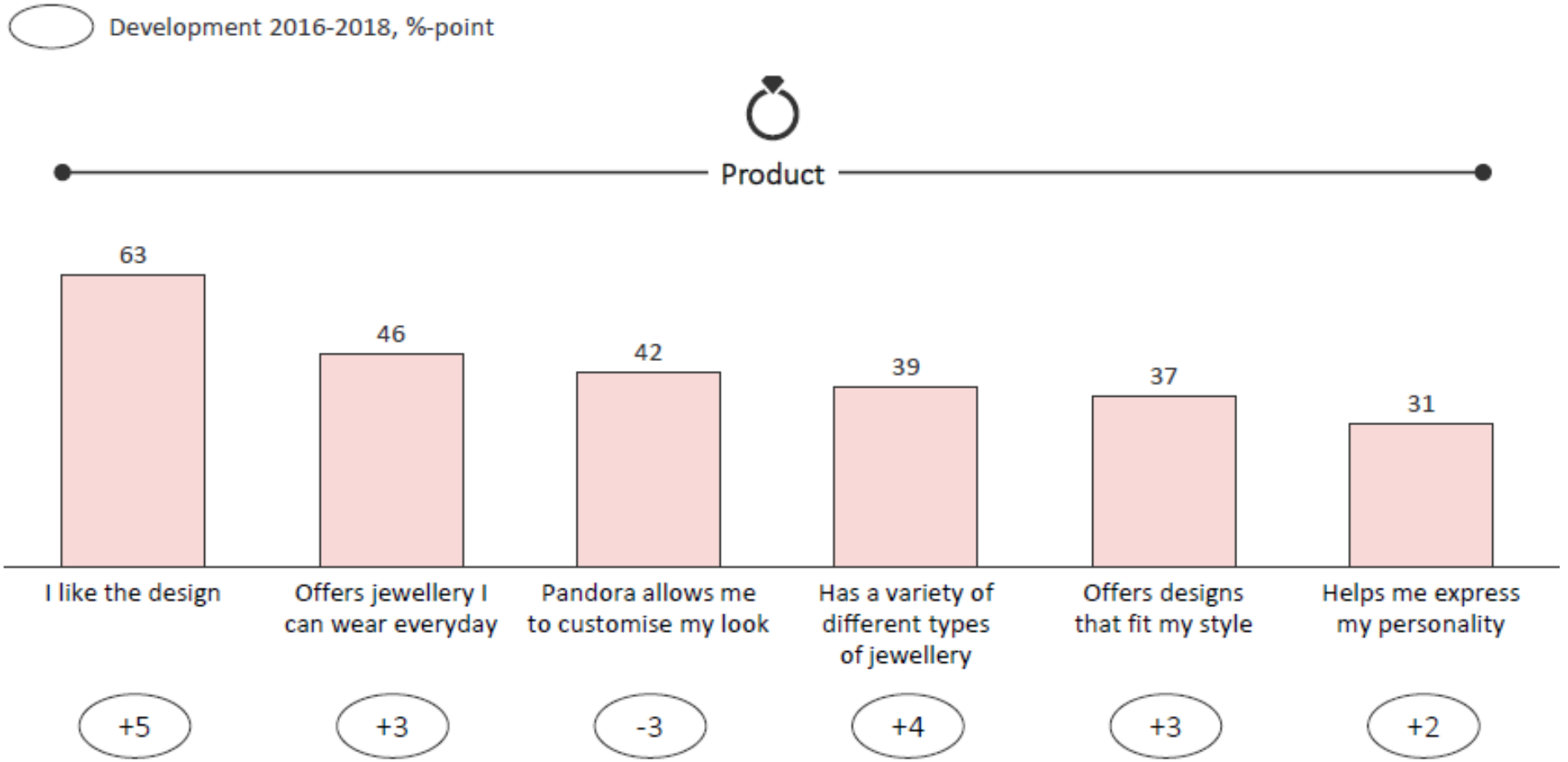


Źródło: Infiniti Research (2025).



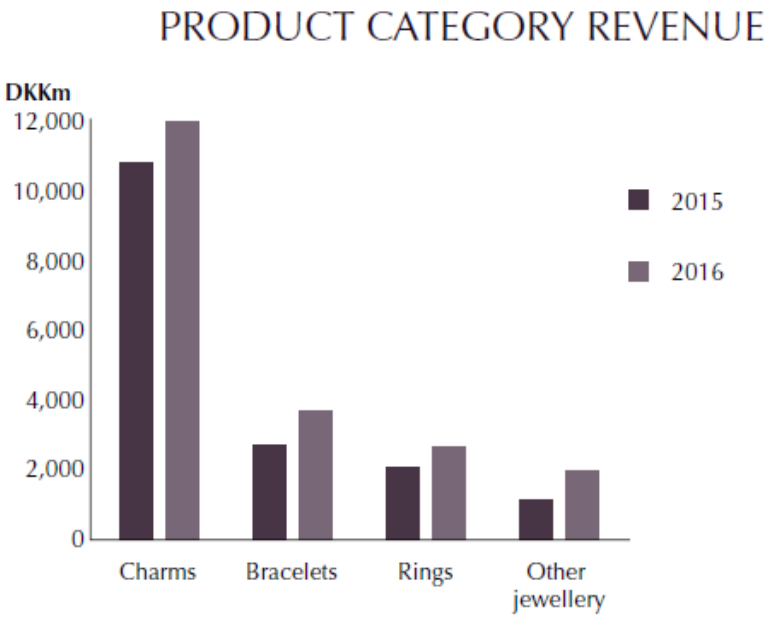

PANDORA
PANDORA
PANDORA

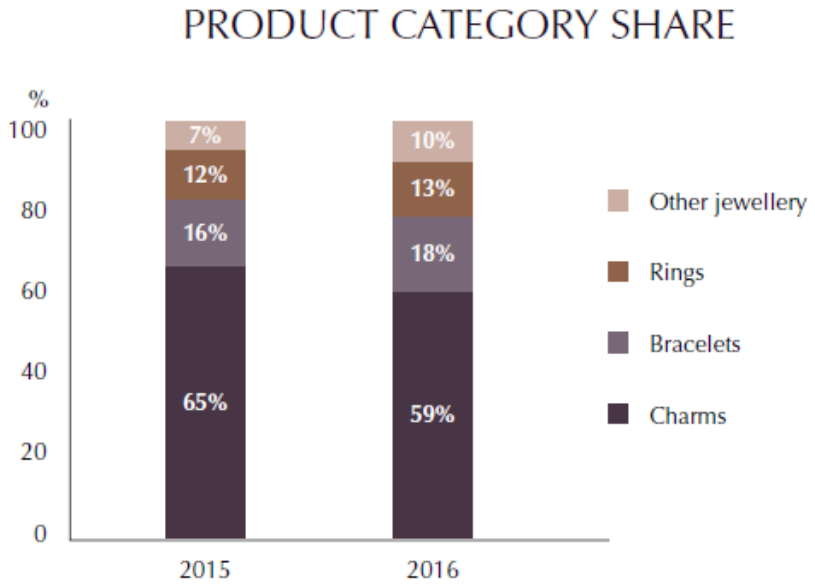
Powody, dla których kupowana jest biżuteria PANDORY



Źródło: PANDORA Q2 2019, Investor Presentation.

Wpływy ze sprzedaży różnych kategorii produktów



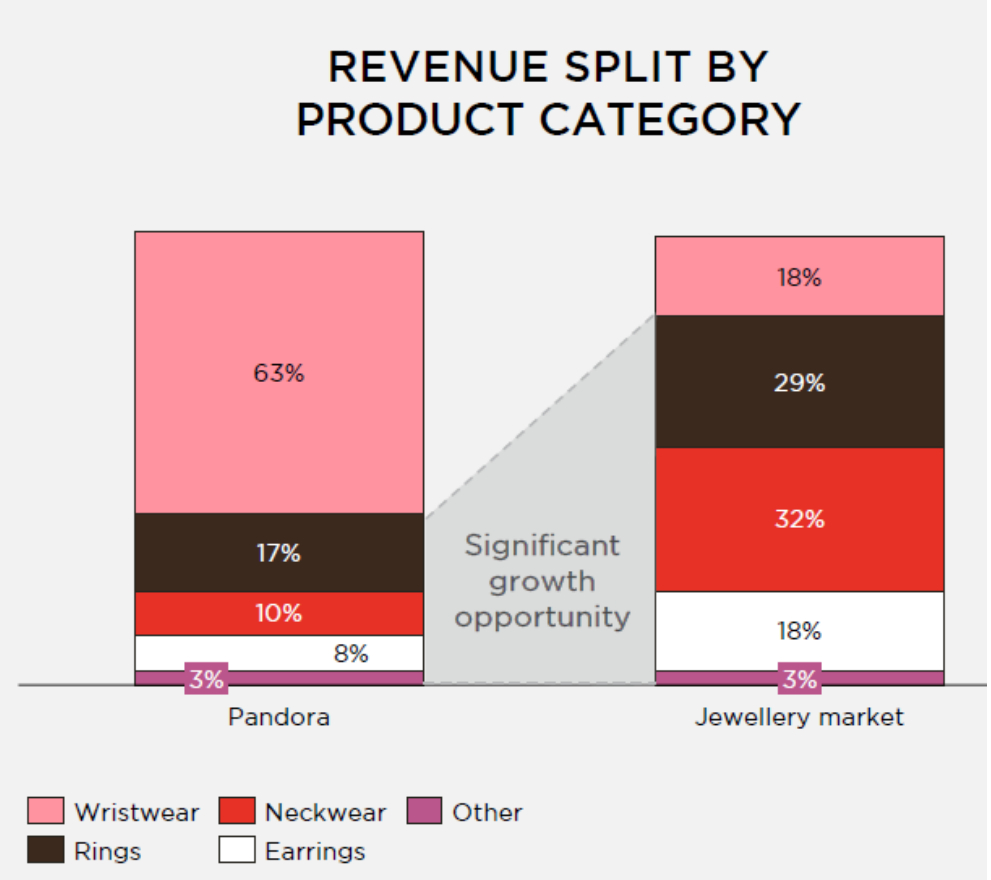






Źródło: investor.pandoragroup.com.

Struktura przychodów wg grup produktów w firmie Pandora, 2025

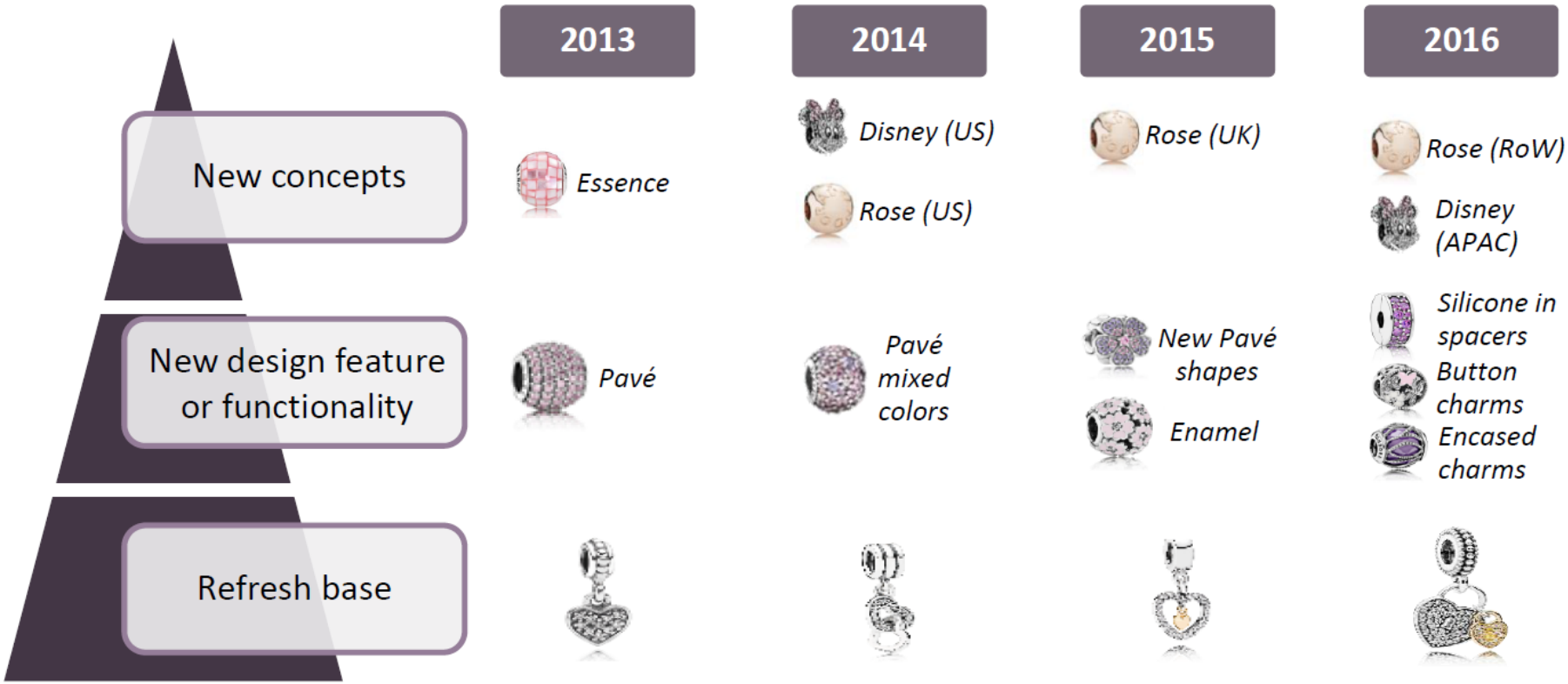


- Currently, most of Pandora's revenue comes from wristwear, which accounts for just 18% of the overall jewellery market
- This means that Pandora is underpenetrated in the remaining 82% of the market, presenting a significant growth opportunity

Źródło: Pandora Q2 2025. Investor presentation

Czy warto wprowadzać nowe produkty na rynek biżuterii?

Rozwój produktów w firmie Pandora



Źródło: investor.pandoragroup.com.



2018

Problemy z innowacyjnością w firmie Pandora

Lack of product innovation in 2016 and 2017 has impacted our business

Lack of innovation and repetitive product design…

Lack of innovation

Last new concepts

DISNEY PANDORA

INTRODUCING PANDORA Rose™

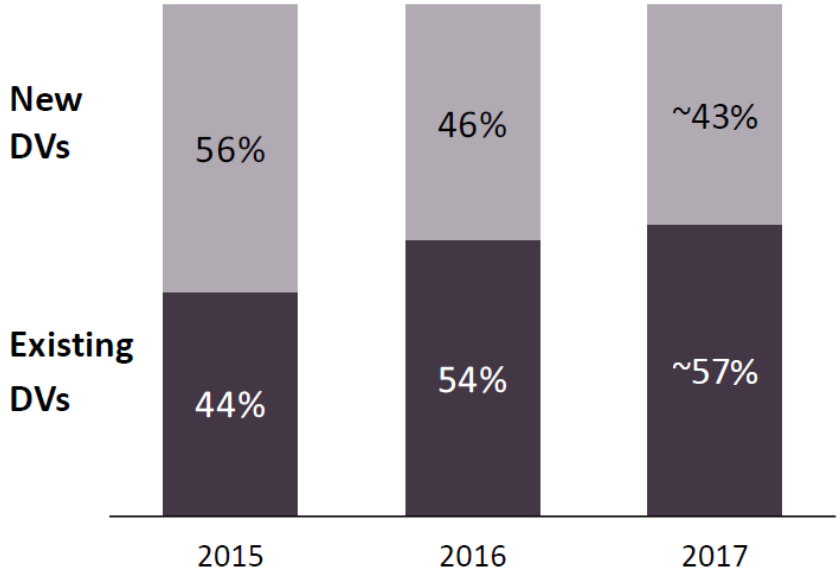
2014 ——— *2017* →

Product designs too repetitive



… have decreased share of revenue coming from new Design Variations (DVs)

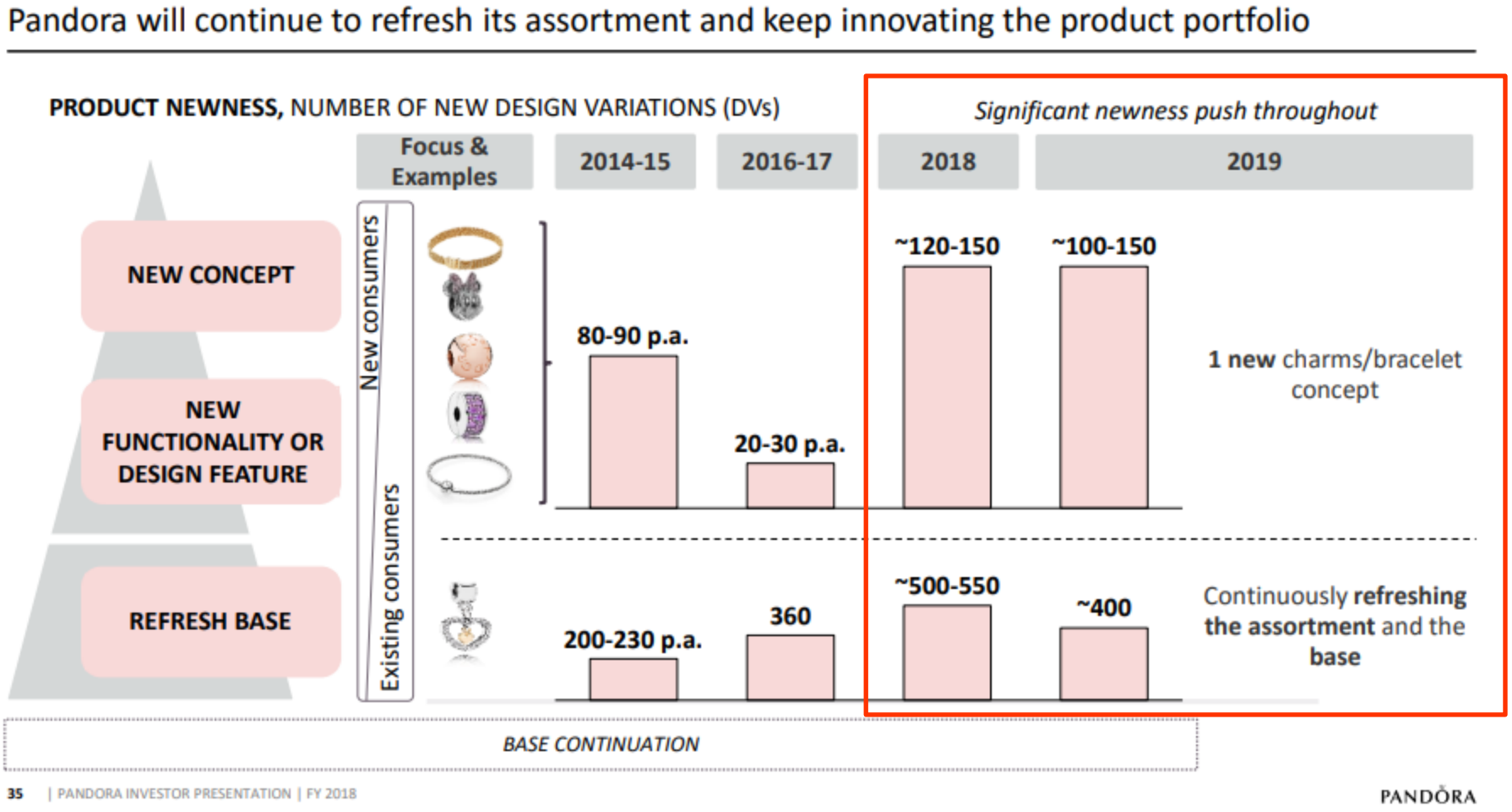
Revenue composition



Source: Internal PANDORA data

Źródło: investor.pandoragroup.com.

Nowe produkty w firmie Pandora w 2018 r.



Źródło: investor.pandoragroup.com.

Rozwój produktów w firmie Pandora

	2016	2017	2018
VALEN-TINE`S DROP PRODUCT EXAMPLES			
SPRING PRODUCT EXAMPLES			

Sample of best selling new products launched in H1



Źródło: investor.pandoragroup.com.

Rozwój produktów w firmie Pandora, 2021

January 2021
PANDORA COLOURS



February 2021
VALENTINES



March 2021
SPRING



PANDORA

Źródło: investor.pandoragroup.com.

FUEL WITH MORE

DIAMONDS ARE FOR EVERYONE

iconic HALLMARKS

WHY

Tap into DKK >500 billion global diamond market & signal commitment to **sustainability**

WHO

Develop our 'ICONIC HALLMARK' ECP

WHAT

Lab created diamonds, identical to mined, but at a price point that is more accessible

HOW

Broad awareness, affordable diamond price points, aspirational ambassadors









Rozwój produktów w firmie Pandora, 2025

BRAND & DESIGN | **EXCITING NEW DESIGNS TO BE LAUNCHED**

GEARING UP FOR A STRONG CREATIVE PIPELINE IN H2 2025

The launch of Pandora's new designs is skewed towards H2 2025 – launch of the new Talisman and Minis designs in Q3 2025

New designs play into Pandora's Charm & Carriers heritage and storytelling

To be accompanied by a strong emotive campaign

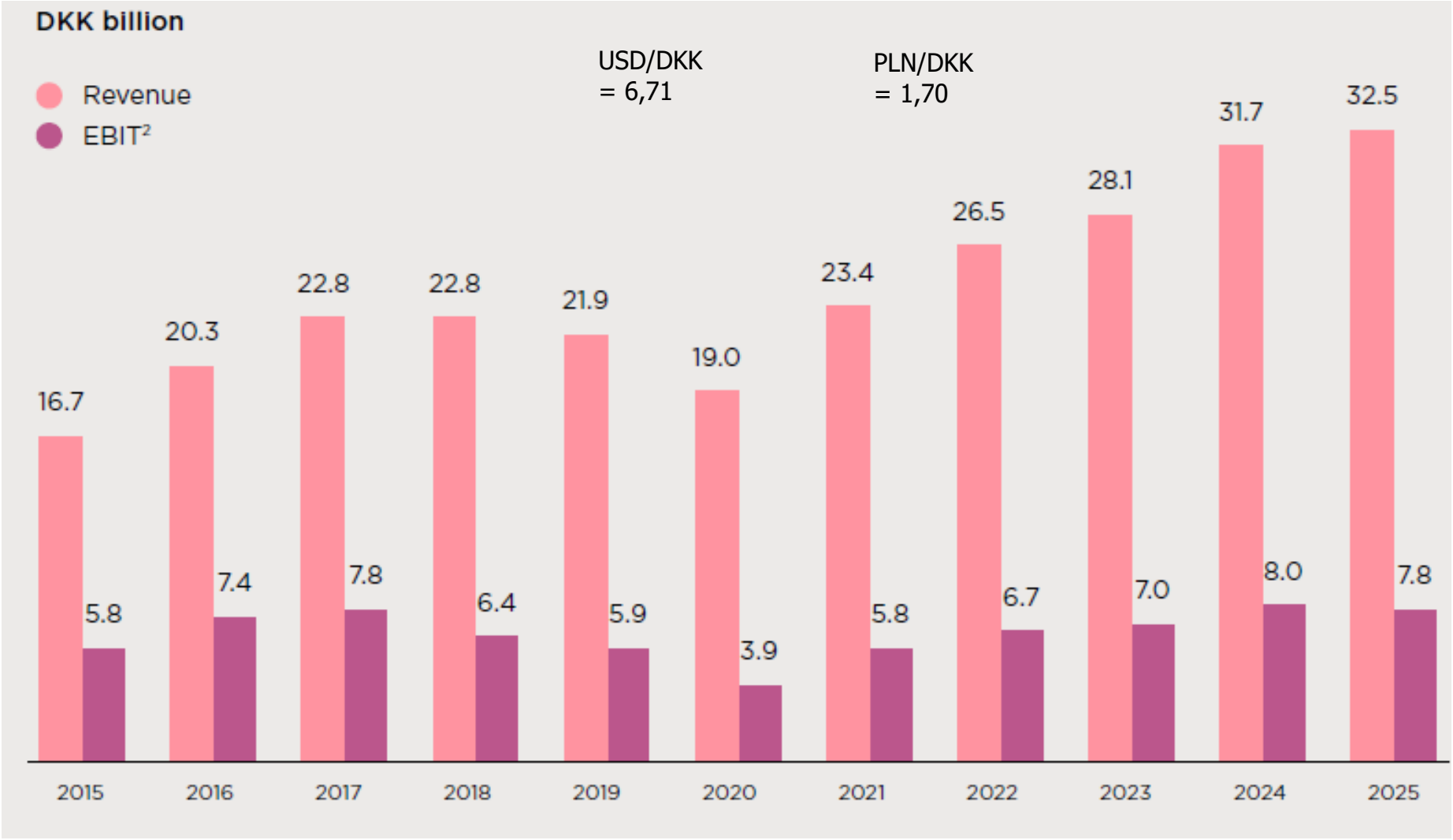




PANDORA

Źródło: investor.pandoragroup.com.

Wyniki finansowe firmy Pandora



EBIT (ang. earnings before deducting interest and taxes)
– zysk operacyjny, czyli zysk przed odliczeniem podatków i odsetek.

Źródło: investor.pandoragroup.com.

Pandora

CPH: PNDORA

816,00 DKK ↑ 210,27% +553,00 zawsze

29 paź, 17:00 CET • Wyłączenie odpowiedzialności

1D | 5D | 1M | 6M | YTD | 1R | 5L | Maks.



Otwarcie	823,00	Kapitalizacja	62,02 mld	Dywidenda	-
Maks.	836,00	Wskaźnik C/Z	-	Dyw./kw.	-
Min.	813,60	Maks./52 tyg.	888,80	Min./52 tyg.	430,00

Wykład:

Polityka cenowa

Polityka cenowa

Polityka cenowa – obejmuje wszelkie decyzje dotyczące cen - ich wysokości, sposobu ustalania, zasad różnicowania, okoliczności wprowadzania zmian oraz stosowania rabatów / obniżek cenowych.

Wszystkie decyzje cenowe mają wpływ na kondycję finansową przedsiębiorstwa. Ceny ustalone na zbyt wysokim poziomie powodują odpływ klientów, ceny zbyt niskie nie pozwalają firmie osiągnąć odpowiednio wysokiej marży zysku (a w niektórych przypadkach mogą nawet spowodować straty).

Bearden, Ingram i Laforge (1995) w książce *Optimal Pricing Decisions* piszą, że decyzje cenowe mają kluczowe znaczenie, bo cena jest jedynym elementem kompozycji marketingowej, który bezpośrednio wpływa na przychody i zyski firmy [podobną opinię prezentuje Kotler: „*cena jest jedynym składnikiem kompozycji marketingowej, który generuje przychody; pozostałe składniki marketing-mix-u generują tylko koszty*"].

Cele polityki cenowej

Celem polityki cenowej może być m.in.:

1.zwiększenie bazy klientów / zwiększenie udziału w rynku (przez oferowanie niektórych produktów po niskich cenach);

2.maksymalizacja zysku (przez wykorzystanie strategii „*what the market can bear*”, czyli ile wytrzyma rynek);

3.utrzymanie pozycji lidera w dziedzinie jakości produktów / usług (co wiąże się z ustalaniem cen na wyższym poziomie, bo niskie ceny mogą kojarzyć się z niską jakością).



Strategie cenowe

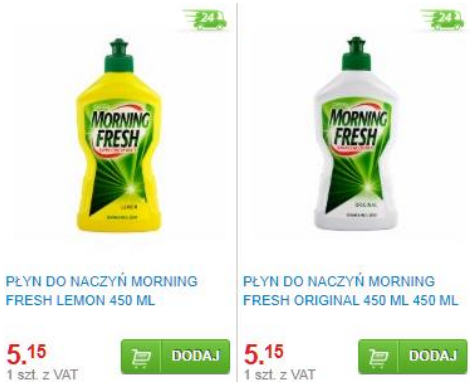
Strategia cen niskich – ustalenie cen z minimalną marżą, tak aby generować maksymalną sprzedaż i zwiększać udziały w rynku.



Strategia cen średnich – ustalanie cen zbliżonych do średniej w danej klasie produktów na rynku.



Strategia cen wysokich – to stosowanie możliwie najwyższych poziomów cen.



Ceny płynów do mycia naczyń (1)



FROSCH - Płyn do mycia akcesoriów dziecięcych

0,5L
21,98zł / l

10,99 zł



PODNIESIONY KCIUK - Płyn do naczyń miętowy

2,54zł / szt

1,27 zł



PODNIESIONY KCIUK - Płyn do mycia naczyń cytrynowy

1 L
1,90zł / l

1,90 zł



K - Fresh Limonka płyn do mycia naczyń

750 ml
4,97zł / l

3,73 zł



K - Fresh Mięta płyn do mycia naczyń

750 ml
5,05zł / l

3,79 zł



LUDWIK - Płyn do mycia naczyń cytrynowy

1150ml
3,73zł / l

4,29 zł



LUDWIK - Płyn do mycia naczyń miętowy

1150g
3,73zł / kg

4,29 zł



GOLD DROP - Płyn do mycia naczyń Eco Line

500 ml
9,54zł / l

4,77 zł



FROSCH - Płyn do mycia naczyń aloes

500ml
9,98zł / l

4,99 zł



MORNING FRESH - Apple skoncentrowany płyn do myci...

450 ml
11,76zł / l

5,29 zł



MORNING FRESH - Hydrate koncentrat płynu do zmywani...

400ml
13,23zł / l

5,29 zł



MORNING FRESH - Morrning Fresh Orginal płyn do naczyń

450ml
11,76zł / l

5,29 zł

2025



Cytrynowy płyn do mycia naczyń Ludwik 1,04 kg

1,04kg (9,61 zł/kg)

9.99 zł



Miętowy płyn do mycia naczyń Ludwik 1,04 kg

1,04kg (6,70 zł/kg)

6,97 zł

Źródło: www.auchandirect.pl

Ceny płynów do mycia naczyń (2)



FAIRY - Platinum Lemon & Lime płyn do zmywania naczyń

650ml
10,74zł / l

6 98 zł



LUDWIK - Premium płyn do mycia naczyń granat z werbeną

750 g
9,32zł / l

6 99 zł



FAIRY - Lemon płyn do zmywania naczyń

900ml
8,20zł / l

7 38 zł



FAIRY - Sensitive płyn do mycia naczyń

900 ml
8,20zł / l

7 38 zł



L'ARBRE VERT - Płyn do naczyń citron

500ml
21,38zł / l

10 69 zł



SODASAN - Sensitive płyn do mycia naczyń

500 ml
23,76zł / l

11 88 zł

Niedostępny



SODASAN - Cytrynowy płyn do mycia naczyń

500 ml
25,36zł / l

12 68 zł



GOLDDROP - Gold Cytrus żel do mycia naczyń 5 L mięta/ jabłko

5 L
3,28zł / l

16 39 zł

2025



Płyn do mycia naczyń Sensitive FAIRY 900 ml

0.9L (15,32 zł/l)

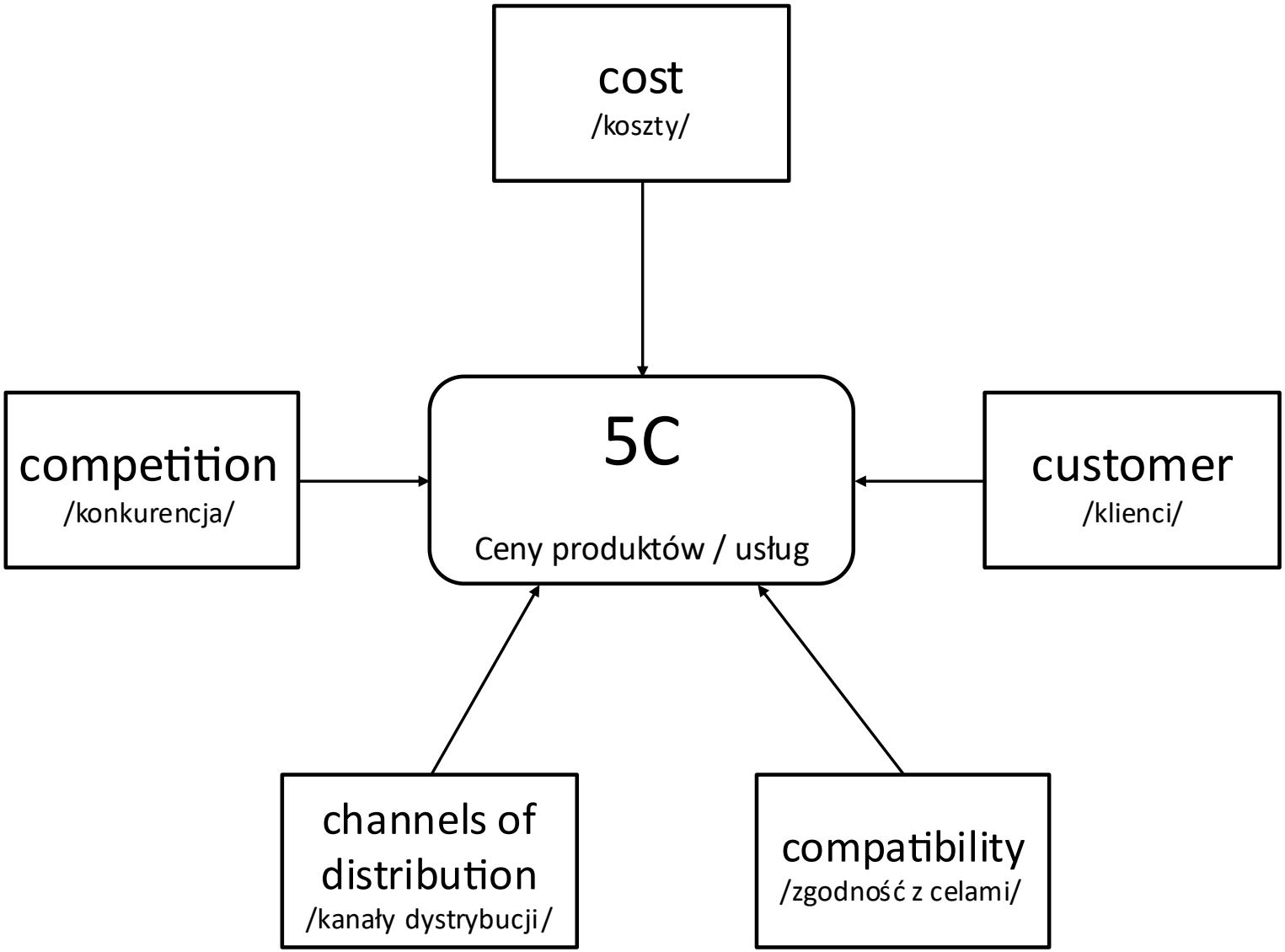
13,79 zł

Źródło: www.auchandirect.pl

Od jakich czynników zależą

ceny produktów / usług?

Ustalanie cen - Model 5C



Cost (koszty)

Przy ustalaniu cen przedsiębiorstwo nie może ignorować kosztów, jakie ponosi przy produkcji / świadczeniu usług.

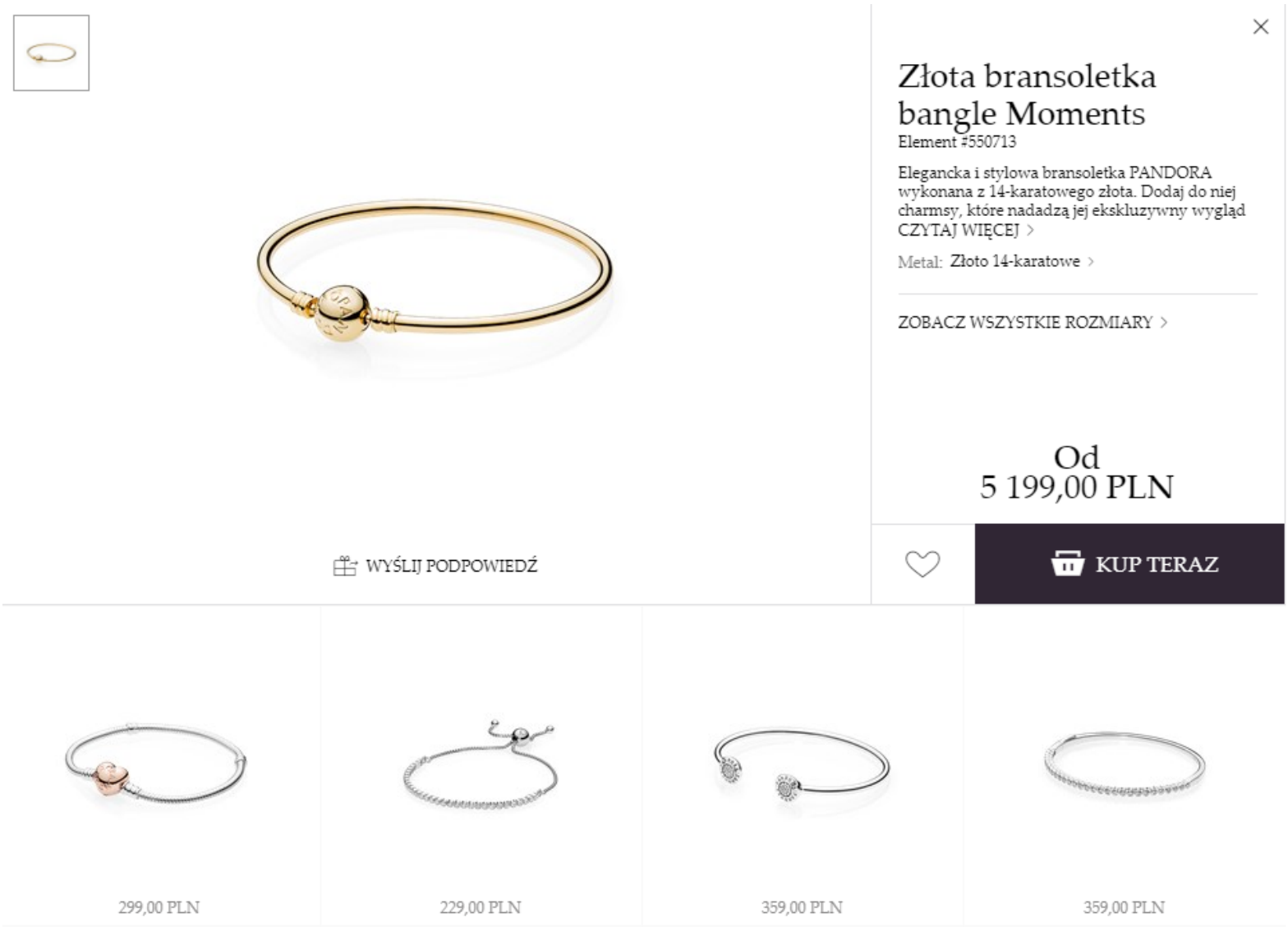
Cena powinna pokryć wszystkie koszty i zapewnić firmie odpowiednią marżę zysku.

Wyszczególnienie	Kwota (w zł)
Koszty materiałowe	0,50
Koszty pracy	1,00
Koszty produkcji*	0,50
RAZEM	2,00
Marża (50%)	1,00
CENA SPRZEDAŻY	3,00



*W tym koszty energii 0,20 zł

Ceny produktów Pandora w zależności od wykorzystanych materiałów



Źródło: investor.pandoragroup.com.

Polityka cenowa Pandory – kolekcja złota



Charms Złote serce we wstążkach

1.399,00 PLN

DARMOWA DOSTAWA



Charms Złote krople deszczu

1.599,00 PLN

★★★☆☆

2 recenzji

DARMOWA DOSTAWA



Charms Łaskawy anioł

1.599,00 PLN

DARMOWA DOSTAWA



Charms Kwitnąca miłość

1.399,00 PLN

DARMOWA DOSTAWA



Charms Złoty Splot Miłości

1.599,00 PLN



Charms Delikatne zauroczenie

1.399,00 PLN



Złote serca

1.399,00 PLN



Charms Złoty Rytm Serca

1.399,00 PLN

Źródło: estore-pl.pandora.net.

Polityka cenowa Pandory – kolekcja srebrna



Charms C w stylu vintage

119,00 PLN



Charms Romantyczne momenty

119,00 PLN

★★★★★

58 recenzji



PANDORA Essence Collection - Miłość

119,00 PLN

★★★★★

16 recenzji



Dowód miłości

149,00 PLN

★★★★½

5 recenzji



Kot odkrywca

119,00 PLN

★★★★½

17 recenzji



Pies przyjaciel

119,00 PLN

★★★★★

14 recenzji



Pasjonująca wędrówka

149,00 PLN

★★★★½

12 recenzji



Ukochana córka

99,00 PLN

★★★★★

24 recenzji

Źródło: estore-pl.pandora.net.

Polityka cenowa Pandory – kolekcja rose



Charms Różowe romantyczne momenty

159,00 PLN

★★★★★

19 recenzji



Charms Różowe złączone serca

249,00 PLN

★★★★★

6 recenzji



Charms Różowy splot miłości

319,00 PLN

★★★★★

4 recenzji



Charms Różowa olśniewająca stokrotka

359,00 PLN

★★★★★

1 recenzja



Charms Różowa Nieskończoność

149,00 PLN

★★★★★

9 recenzji



Charms Różowe Ażurowe Promienie

279,00 PLN

★★★★★

5 recenzji



Charms Odległa Galaktyka

279,00 PLN

★★★★★

4 recenzji



Charms Różowe Iskrzące Się Serce

~~249,00 PLN~~

135,00 PLN

★★★★★

5 recenzji

Źródło: estore-pl.pandora.net.

Polityka cenowa Pandory – kolekcja shine

SHINE



Kolczyki PANDORA Shine

179,00 PLN

12 recenzji

SHINE



Charms Złota pszczoła

179,00 PLN

19 recenzji

SHINE



Zawieszka PANDORA Shine, cyrkoniasześcienna

319,00 PLN

11 recenzji

SHINE



Element Petite PANDORA Shine

79,00 PLN

SHINE



LIMITOWANA EDYCJA

Pierścionek PANDORA Shine

279,00 PLN

SHINE



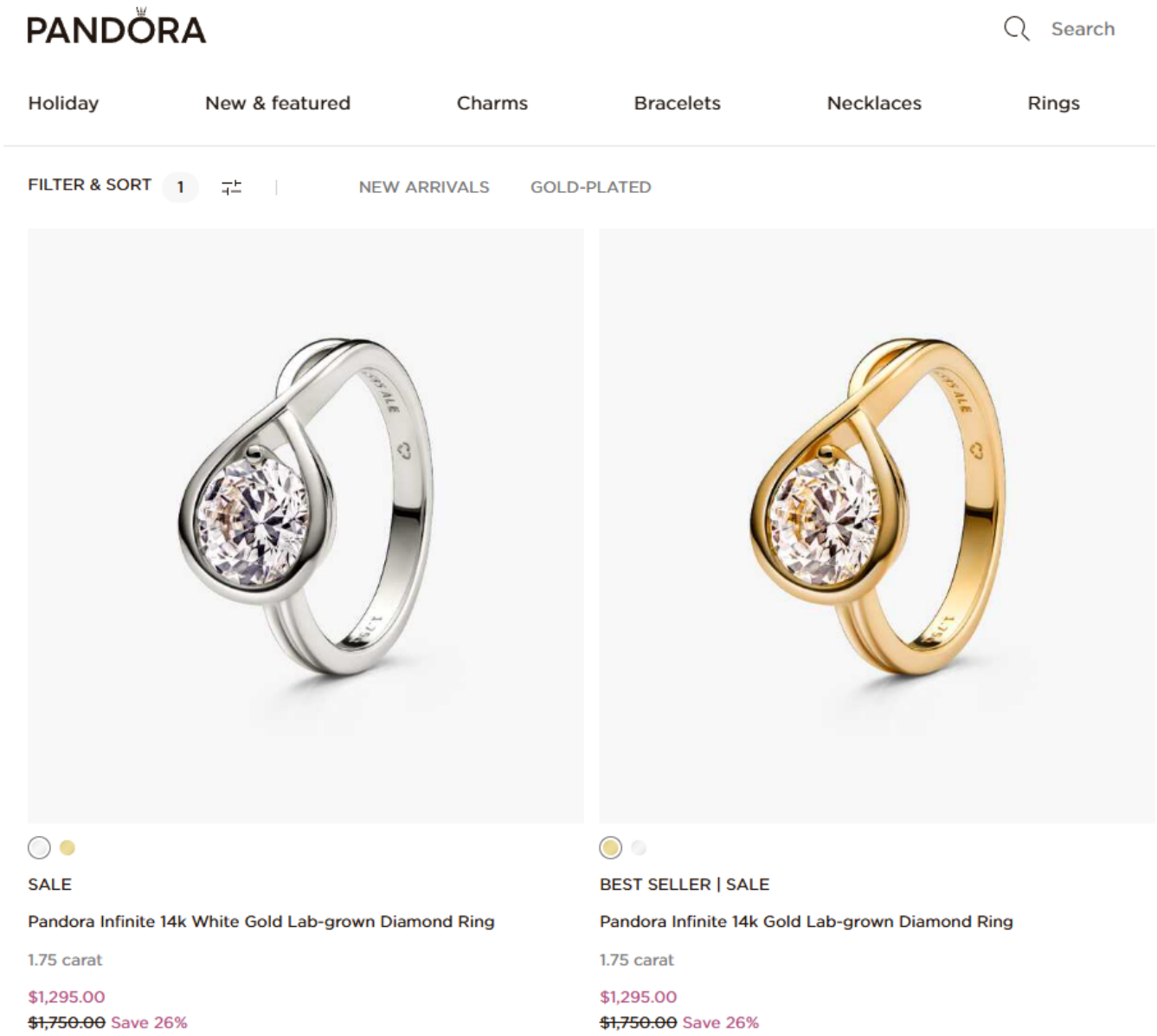
DARMOWA DOSTAWA

Naszyjnik typu choker PANDORA Shine

799,00 PLN

Źródło: estore-pl.pandora.net.

Polityka cenowa Pandory – pierścionki z diamentami



Źródło: https://us.pandora.net/.

PANDORA - zakłady produkcyjne w Tajlandii



Wages:

Denmark 44546 DKK/Month [27618 PLN]

Thailand 15412 THB/Month [1875 PLN]



Źródło: investor.pandoragroup.com.

PANDORA - zakład produkcyjne w Wietnamie



150M USD

In total investment for the facilities

60M

Pieces of jewellery yearly with
40 million pieces of silver and
20 million pieces of plated jewellery

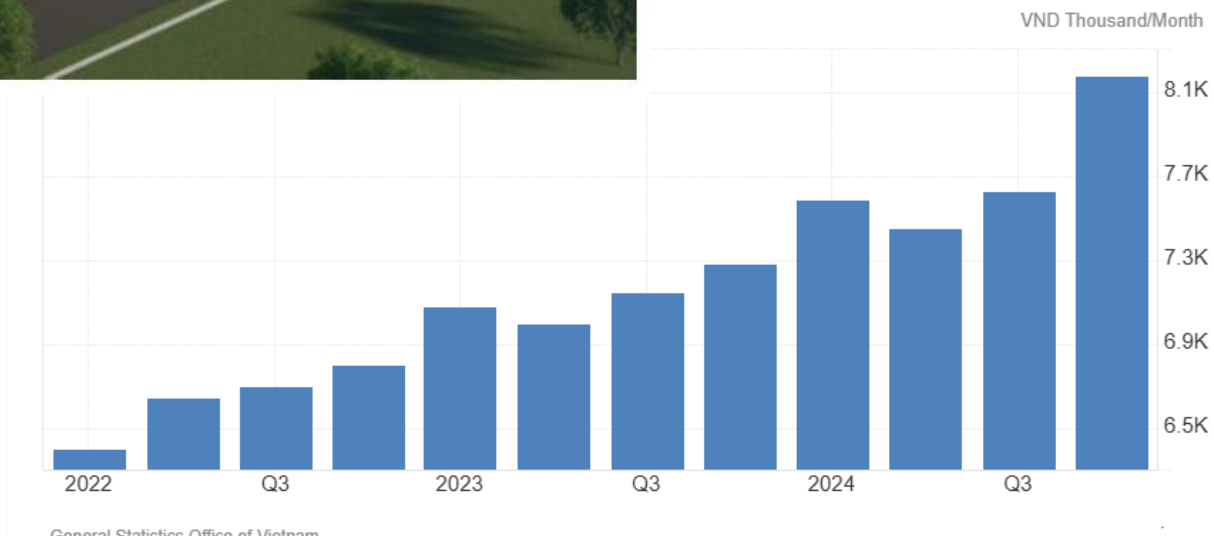
100%

Run on renewable energy

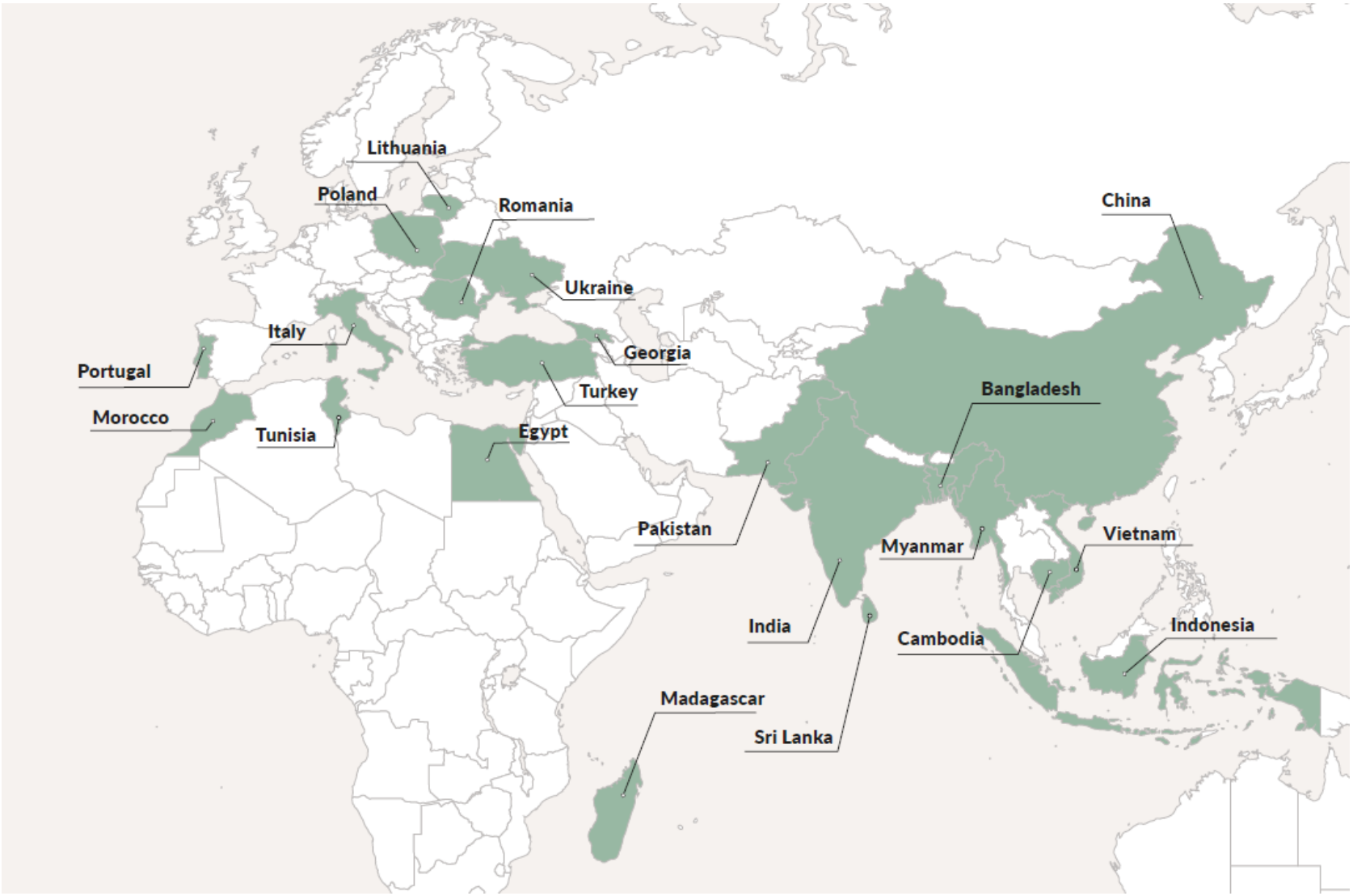
LEED GOLD

Certified in Leadership in Energy and Environmental Design Standard

Wages:
Vietnam 8176 VND Thousand/Month [1226 PLN]



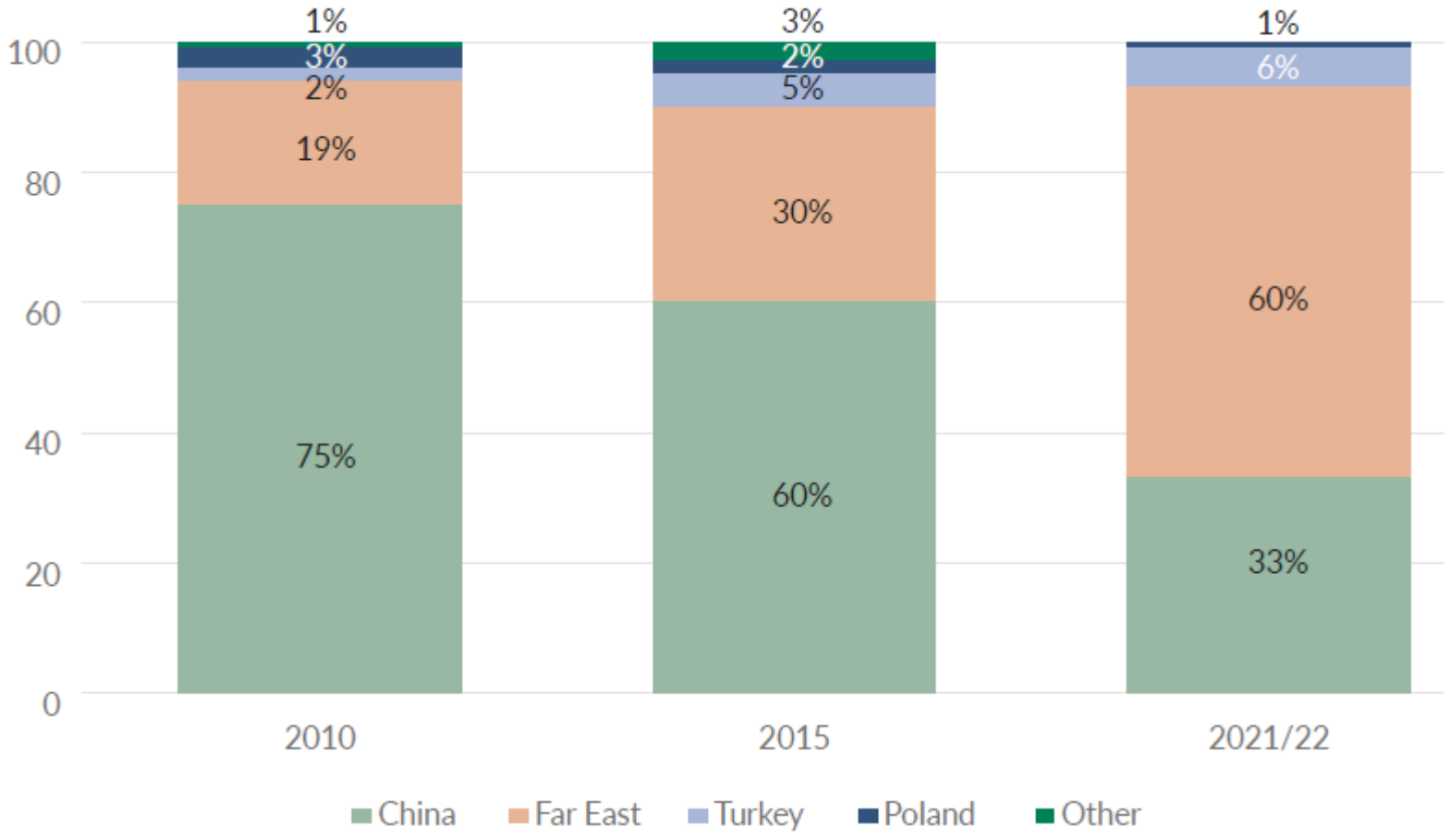
LPP - kraje zaopatrzenia



Źródło: www.lppsa.com

LPP – zmiany w podziale produkcji

Bangladesz stanowi 39,5% dostaw, Chiny 33,4%, kraje Dalekiego Wschodu (Kambodża, Birma, Pakistan, Indie) 20%. 6,0% produkcji pochodzi z Turcji.



Średnie roczne wynagrodzenie w Bangladeszu (2023): 2945 USD
Średnie roczne wynagrodzenie w Chinach (2023): 15620 USD

Źródło: www.lppsa.com

LPP SA (LPP)

18 000,0000 zł 3,33% 580,0000 zł

Miejsce w rankingu: 49 | 2025-10-28 12:11:13 | szukaj profilu | Szukaj

Podsumowanie | Podstawowe dane | Akcjonariat | Władze i zatrudnienie | Wyniki finansowe | Komunikaty | Forum



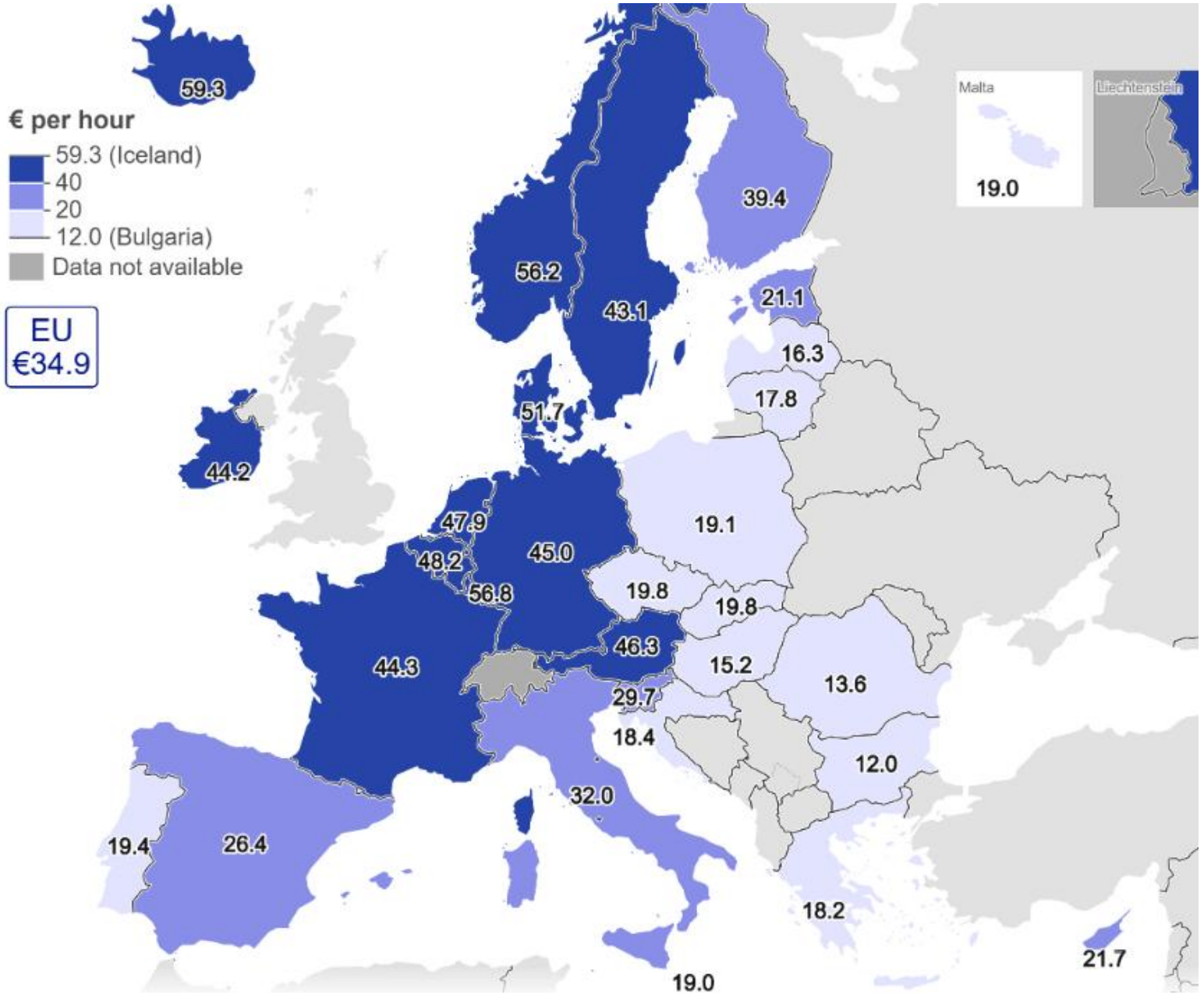
LPP - notowania spółki

Kurs odniesienia:	**48,0000 zł** (01-05-16)
Data początkowa:	**2001-05-16**
Data końcowa:	**2025-10-28**
Zmiana:	**36191,67%**
Zmiana:	**17 372,0000 zł**
Minimum:	**44,5000 zł** (01-05-16)
Maksimum:	**19 040,0000 zł** (22-01-12)
Średni:	**5 680,3223 zł**

Skonsolidowane raporty roczne

	2021	2022	2023	2024
Waluta	PLN	PLN	PLN	PLN
Przychody netto ze sprzedaży (tys.)	7 848 079	11 338 788	15 926 500	17 406 200
Zysk (strata) z działal. oper. (tys.)	153 024	1 403 370	1 184 400	2 283 500
Zysk (strata) brutto (tys.)	-116 514	1 213 046	1 087 500	2 047 200
Zysk (strata) netto (tys.)*	-190 130	1 561 989	486 700	1 607 100
Amortyzacja (tys.)	1 073 045	943 427	1 129 200	1 382 500
EBITDA (tys.)	1 226 069	2 346 797	2 313 600	3 666 000

Koszty pracy w krajach UE, 2025



Źródło:
Eurostat, 2026

Miesięczne wynagrodzenie brutto (w zł), III.2025

Sekcja	WYSZCZEGÓLNIENIE	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety
		w zł		
	OGÓŁEM	9102	9368	8828
A	Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo	7394	7476	7183
B	Górnictwo i wydobywanie	10991	11192	9223
C	Przetwórstwo przemysłowe	8174	8579	7392
D	Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną i gorącą wodę	12867	13062	12211
E	Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami; rekultywacja	7570	7503	7782
F	Budownictwo	7162	6971	8441
G	Handel; naprawa pojazdów samochodowych	7800	8644	7101
H	Transport i gospodarka magazynowa	7648	7695	7502
I	Zakwaterowanie i gastronomia	6107	6452	5918
J	Informacja i komunikacja	16964	18736	14380
K	Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	15462	20200	12806
L	Obsługa rynku nieruchomości	8860	9162	8615
M	Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	12415	14265	11222
O	Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne	9300	9355	9248
P	Edukacja	10288	10989	10114
Q	Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	9572	11074	9308
R	Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	7719	8042	7517
S	Pozostała działalność usługowa	7174	7805	6941

Źródło: GUS, Rozkład wynagrodzeń w gospodarce narodowej w marcu 2025 roku.

Płaca netto, płaca brutto i koszty pracodawcy (2026)

Koszty pracownika dla miesięcznego wynagrodzenia 5 000,00 PLN brutto

kwota netto	**3 738,19 PLN**
ubezpieczenie emerytalne	488,00 PLN
ubezpieczenie rentowe	75,00 PLN
ubezpieczenie chorobowe	122,50 PLN
ubezpieczenie zdrowotne	388,31 PLN
zaliczka na PIT	188,00 PLN
kwota brutto	**5 000,00 PLN**

pokaż rozliczenie roczne

Wykres rozkładu kosztów pracownika



- kwota netto - 74.76%
- ubezpieczenie emerytalne - 9.76%
- ubezpieczenie rentowe - 1.5%
- ubezpieczenie chorobowe - 2.45%
- ubezpieczenie zdrowotne - 7.77%
- zaliczka na PIT - 3.76%

Koszty pracodawcy dla miesięcznego wynagrodzenia 5 000,00 PLN brutto

kwota brutto	**5 000,00 PLN**
ubezpieczenie emerytalne	488,00 PLN
ubezpieczenie rentowe	325,00 PLN
ubezpieczenie wypadkowe	83,50 PLN
Fundusz Pracy	122,50 PLN
FGŚP	5,00 PLN
koszty pracodawcy	**6 024,00 PLN**

pokaż rozliczenie roczne

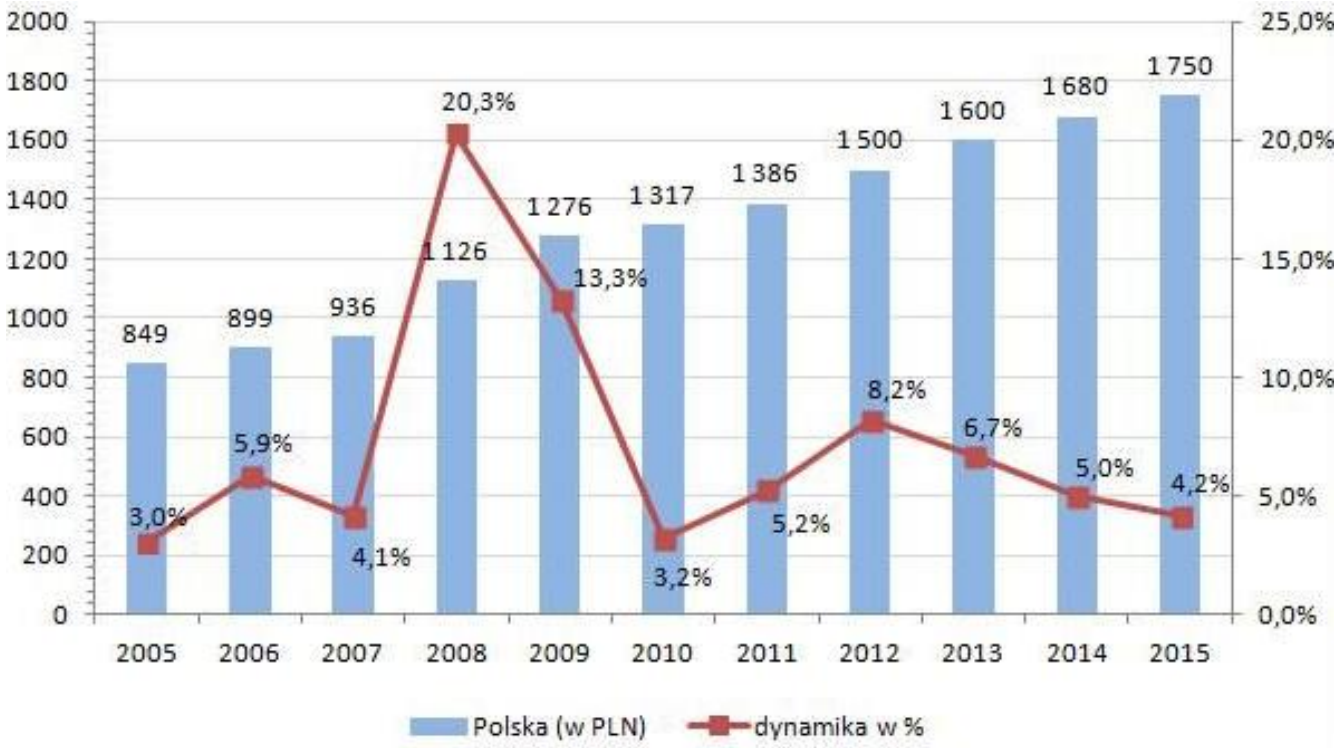
Wykres rozkładu kosztów pracodawcy



- kwota brutto - 83%
- ubezpieczenie emerytalne - 8.1%
- ubezpieczenie rentowe - 5.4%
- ubezpieczenie wypadkowe - 1.39%
- Fundusz Pracy - 2.03%
- FGŚP - 0.08%

Źródło: https://wynagrodzenia.pl/kalkulator-wynagrodzen/wyniki

Płaca minimalna w Polsce (w PLN brutto) i jej dynamika (w %)



Źródło:
Sedlak & Sedlak,
wynagrodzenia.pl, GUS.

Płaca minimalna w 2016 r.: 1850 zł (+5,7%), w 2017 r.: 2000 zł (+8,1%); w 2018 r.: 2100 zł (+5,0%); w 2019 r.: 2250 zł (+7,1%); w 2020 r.: 2600 zł (+15,6%); w 2021 r.: 2800 zł(+7,7%); w 2022 r.: 3010 zł (+7,5%), w 2023 r. od VII: 3600 zł (+19,6%). w 2024 r. od I: 4242 zł, od VII: 4300 zł (+10,0%), w 2025 r.: 4666 zł (+19,4%), w 2026 r.: 4806 zł (+3,0%), w 2027 r.: 4950 zł (+3,0%), [Źródło: gofin.pl].

W 2024 r. liczba osób objętych podwyższeniem minimalnego wynagrodzenia za pracę wyniosła ok. 3,6 mln, w 2025 r. 3,1 mln, a w 2026 r. 3,0 mln.

Miesięczne wynagrodzenie brutto (w zł) wg płci i grup wiekowych, III 2025

WYSZCZEGÓLNIENIE	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety
	w zł		
OGÓŁEM	**9102**	**9368**	**8828**
24 lata i mniej	6249	6372	6074
25-34	8379	8619	8106
35-44	9559	10054	9065
45-54	9694	10190	9264
55-64	9014	8868	9178
65 lat i więcej	9440	9610	9211

Źródło: GUS, Rozkład wynagrodzeń w gospodarce narodowej w marcu 2025 roku.

Miesięczne wynagrodzenie brutto (w zł) wg grup przedsiębiorstw, III.2025

WYSZCZEGÓLNIENIE	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety
	w zł		
OGÓŁEM	**9102**	**9368**	**8828**
5 pracujących i mniej	5761	5694	5847
6-9	6215	6089	6384
10-49	7722	7476	7960
50-249	9411	9596	9247
250-999	10406	10965	9785
1000 pracujących i więcej	10528	11372	9630

Źródło: GUS, Rozkład wynagrodzeń w gospodarce narodowej w marca 2025 roku.

Koszty piekarni

Prezes piekarni SPC Janusz Kazimierczuk: koszty energii wzrosły z 400 tys. zł w grudniu 2021 r. do 2,3 mln zł w lipcu 2022 r.

Prezes Spółdzielni Produkcyjno-Handlowej "Samopomoc Chłopska" w Kolbudach Wojciech Jaros: ostatni rachunek za gaz, jaki dostałem, opiewa na około 100 tys. zł za miesięczne zużycie, a rok temu wynosił on 20 tys. zł.



Tylko do końca roku będzie można kupić chleb wypiekany w znanej w Trójmieście piekarni "Bochen". Spółdzielnia pracy prowadząca firmę jest w stanie likwidacji. Nie udźwignie rosnących kosztów produkcji i pracy.

Ceny energii elektrycznej (w USD/1 kWh), III.2024

Kraj	Cena energii elektrycznej dla przedsiębiorstw (USD/kWh), III 2024
UK	0,527
Italy	0,439
Poland	0,429
Switzerland	0,320
Germany	0,245
Denmark	0,244
Japan	0,183
France	0,182
USA	0,145
Czech Republic	0,130
Thailand	0,128
Turkey	0,127
South Korea	0,126
India	0,121
Brazil	0,119
Norway	0,115
China	0,089
Bangladesh	0,087
Vietnam	0,075
Indonesia	0,072
Egypt	0,029
Ethiopia	0,010

Źródło: : www.globalpetrolprices.com/ (dostęp: 29.10.2024).

Customer (klient)

Klienci są skłonni zapłacić więcej za produkt tylko wtedy, gdy oferuje on jakąś dodatkową wartość (klienci mogą zaakceptować wyższe opłaty w zamian za specjalne warunki obsługi).

Metoda popytowa kształtowania cen wymaga pogłębionej wiedzy o sytuacji finansowej potencjalnych nabywców, motywach zakupów oraz ich wrażliwości cenowej.



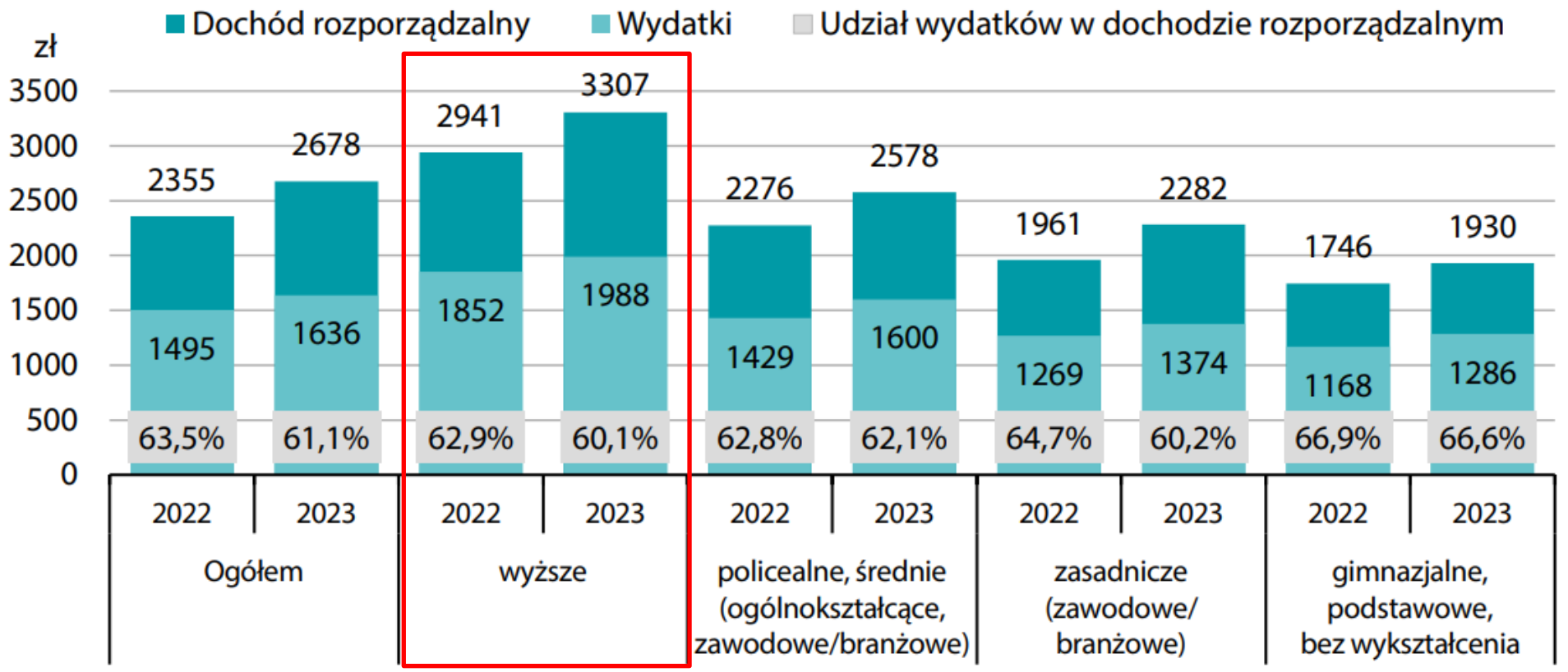


Konto PKO BP dla młodych – warunki cenowe



0 zł za prowadzenie konta i przelewy internetowe, bezpłatne wypłaty ze wszystkich bankomatów w Polsce i na świecie, 10 proc. premii za płatności kartą w sieci oraz kredyt studencki.

Miesięczny dochód rozporządzalny oraz wydatki przypadające na 1 osobę, 2022-2023



Źródło: GUS, 2024.

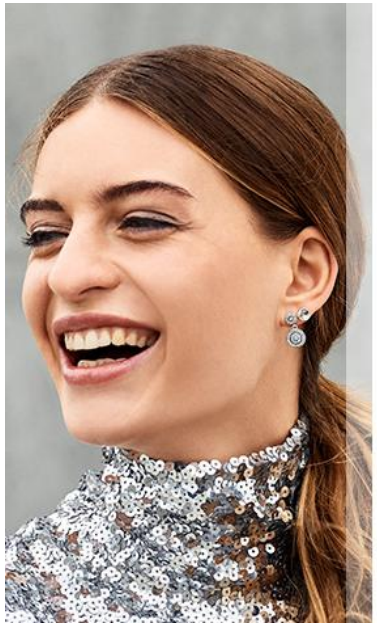
Cena relacyjna

Cena relacyjna

Ceny relacyjne - to ceny, które spełniają następujące warunki: nagradzają skalę i długotrwałość relacji (są różnicowanie w zależności od głębokości i wielowymiarowości relacji), uwzględniają zróżnicowaną i charakterystyczną dla danego etapu cyklu życia klienta wrażliwość cenową, są indywidualnie ustalane (w procesie negocjacji lub w ramach stworzonych wielu opcji cenowych, gdzie klient dokonuje ostatecznego wariantu oferty) oraz odpowiadają rzeczywistej (subiektywnie postrzeganej przez klienta) wartości produktu (cena, która nie uwzględnia wartości produktu doprowadzi prędzej czy później do zaburzenia relacji) [Szczepaniec, 2004].

Cena relacyjna wg Otto (2001) to „cena dopasowana do charakteru produktu, jego unikalnych cech zdeterminowanych indywidualizacją oferty" (autor ten podkreśla, że to „klient sam decyduje o jej poziomie, wybierając najlepszy jego zdaniem wariant produktu").

Promocje produktów Pandora



OFERTA NA
DZIEŃ KOBIET

Przy zakupie dwóch pierścionków,
tańszy otrzymasz za połowę ceny.*

KUP TERAZ

*Oferta ważna 1-8.03.2017.
Więcej informacji: **FAQ -> Promocje i wyprzedaż**





Ceny relacyjne w PANDORA

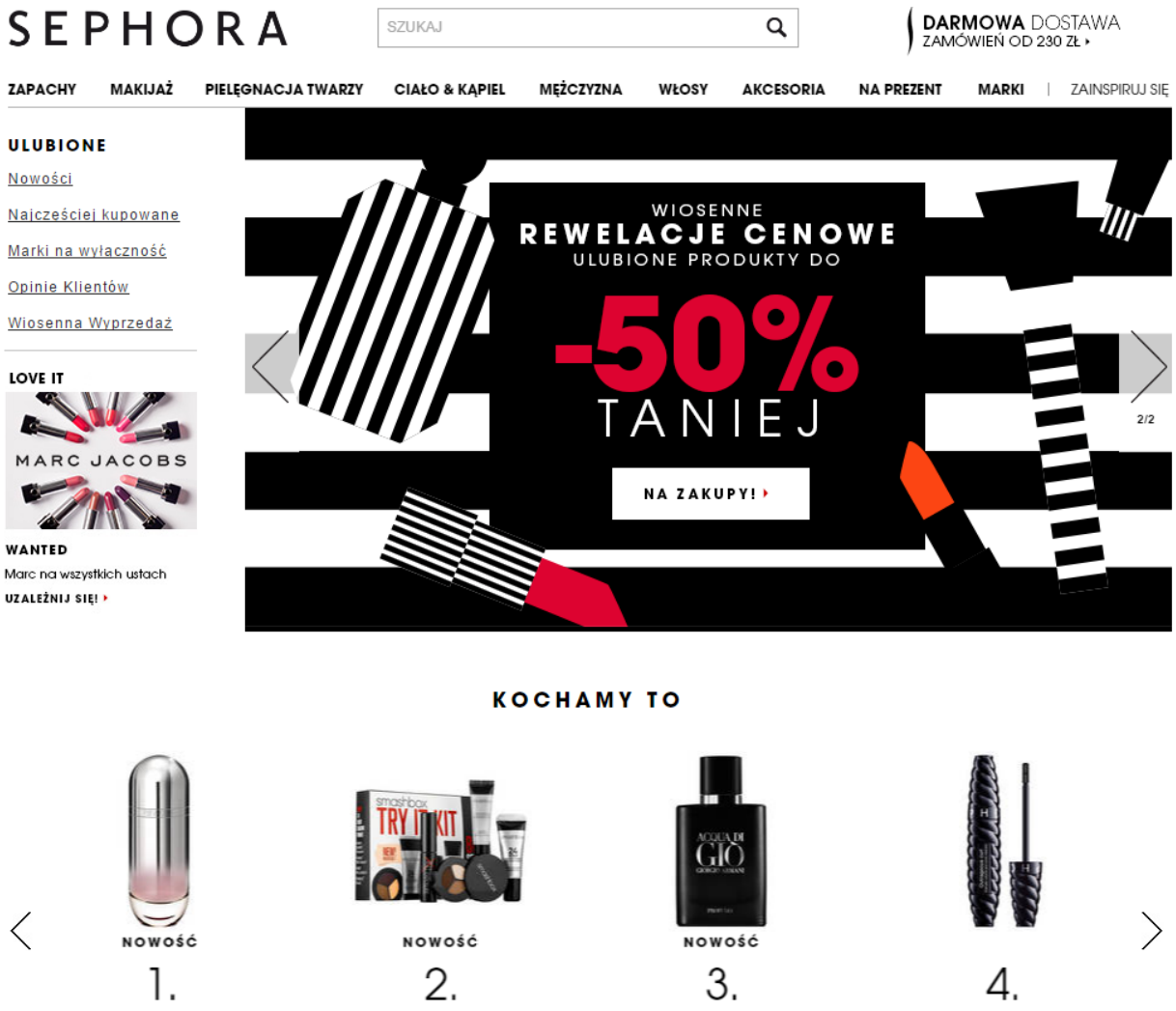








Ceny relacyjne w firmie Sephora



Ceny produktów i usługi dodatkowe w Sephora



Lubię to! 5

OCENA KLIENTÓW

100% recenzentów poleciło ten produkt.

» Napisze recenzję
» Czytaj wszystkie [4] recenzje

DARMOWA DOSTAWA ZAMÓWIEŃ OD 230ZŁ ›

BEZPŁATNE PAKOWANIE **NA PREZENT** ›

DO 5 PRÓBEK **GRATIS** ›

1 MIESIĄC NA ZWROT **TAKŻE W PERFUMERIACH** ›

GWARANCJA **ORYGINALNOŚCI** PRODUKTÓW ›

BEZPŁATNA INFOLINIA ›

Si
Woda Toaletowa

GIORGIO ARMANI

Si woda toaletowa to kompozycja stworzona dla kobiety, która ma odwagę powiedzieć „TAK" swojemu życiu. Jej naturalny wdzięk i elegancja intryguje każdego, kto ją spotka a jej radość życia jest zaraźliwa.

Delikatną i transparentną kompozycję otwiera soczysta czarna porzeczka i rześka, zielona gruszka, które otulają szyprowe akordy frezji i róży majowej.

Całość kompozycji dopełnia wyrafinowana paczula w towarzystwie jasnego drzewa piżmowego

Oferta Specjalna

OFERTA SPECJALNA

PREZENT: 2 vouchery do kina na dowolny film w sieci Multikino przy zakupie zapachu Armani Si (woda toaletowa). Oferta ważna do 30.05.2015 lub do wyczerpania zapasów wyłącznie w e-sklepie Sephora.pl. Oferta nie podlega wymianie na środki płatnicze.

Woda Toaletowa 30 ml i oferta specjalna* NOWOŚĆ - WYŁĄCZNOŚĆ Sprawdź dostępność w perfumerii	239,00zł DARMOWA DOSTAWA	dostępny	DODAJ DO KOSZYKA
Woda Toaletowa 50 ml i oferta specjalna* NOWOŚĆ - WYŁĄCZNOŚĆ Sprawdź dostępność w perfumerii	339,00zł DARMOWA DOSTAWA	dostępny	DODAJ DO KOSZYKA
Woda Toaletowa 100 ml i oferta specjalna* NOWOŚĆ - WYŁĄCZNOŚĆ Sprawdź dostępność w perfumerii	459,00zł DARMOWA DOSTAWA	dostępny	DODAJ DO KOSZYKA

PRODUKTY Z GAMY



GIORGIO ARMANI
Si
Woda perfumowana
od 265,00zł



GIORGIO ARMANI
Si Intense
Woda Perfumowana
od 329,00zł

Program lojalnościowy Sephora



ZBIERAJ PUNKTY i zdobywaj nowe korzyści

650 punktów
(1 zł = 1 punkt)
lub 4 transakcje**

=

10% rabatu* na Twoje zakupy



* Zasady korzystania z rabatu opisane są na kuponie -10%
** Liczona będzie jedna transakcja dokonana w danym dniu

ODKRYJ ZALETY Kart Sephora

SEPHORA WHITE Karta Sephora White	SEPHORA BLACK Karta Sephora Black	SEPHORA GOLD Karta Sephora Gold

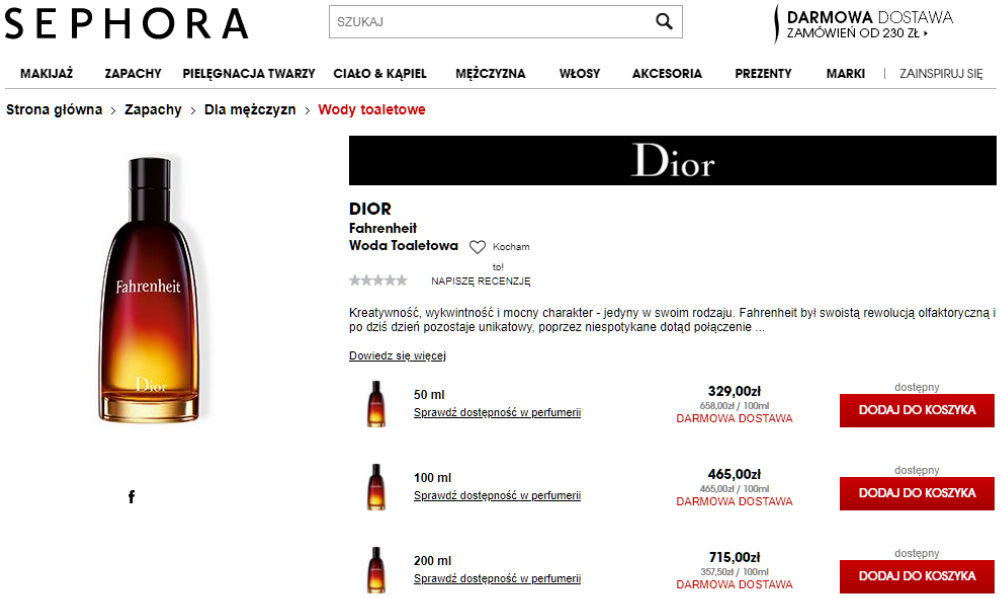
Channel of Distribution (kanał dystrybucji)

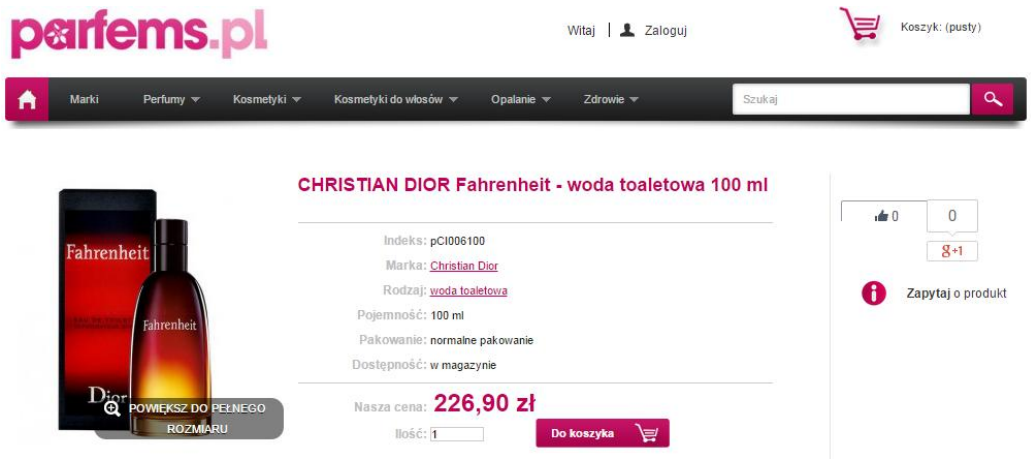
Polityka różnicowania cen w zależności od kanału dystrybucji (*channel-based price differentiation*) jest coraz częściej stosowana wraz z upowszechnianiem się strategii sprzedaży wielokanałowej.

mBank

Rodzaj czynności	Opłaty/prowizje								
	eKonto/ eKonto z darmowymi bankomatami/ eKonto dla młodych[11]/ eKonto mobilne[12,16]/ eKonto mobilne plus[16]			mKonto Multi			mKonto Aquarius		
	Internet, AST[4]	Konsultant mLinii/ Ekspert online	Placówka mBanku	Internet, AST[4]	Konsultant mLinii/ Ekspert online	Placówka mBanku	Internet, AST[4]	Konsultant mLinii/ Ekspert online	Placówka mBanku
1. Otwarcie	0,00 zł			0,00 zł			0,00 zł		
2. Prowadzenie (opłata miesięczna)[2]	0,00 zł/5,00zł			9,00 zł/5,00 zł			19,50 zł/0,00 zł		
3. Przelewy w złotych polskich									
a) dokonanie przelewu wewnętrznego[3]	0,00 zł	2,00 zł	5,00 zł/ 0,00 zł[5]	0,00 zł	1,00 zł	2,00 zł	0,00 zł		
b) dokonanie przelewu zewnętrznego[4]	0,00 zł	4,00 zł	8,00 zł/ 0,00 zł[5]	0,00 zł	2,00 zł	4,00 zł	0,00 zł	2,00 zł	4,00 zł
c) ustanowienie, zmiana i usunięcie przelewu do Odbiorcy zdefiniowanego	0,00 zł	4,00 zł	8,00 zł	0,00 zł	2,00 zł	4,00 zł	0,00 zł		

Porównanie cen Sephora i parfems.pl





Competition (konkurencja)

Na konkurencyjnym rynku przedsiębiorstwa nie mogą ignorować cen stosowanych przez inne podmioty gospodarcze.



CASTROL EDGE 10W-60 4L

4,68 15 opinii / Zadaj pytanie

Rodzaj: **Syntetyczne**

Pojemność: **4L**

od **175**,00 zł

PORÓWNAJ CENY

w 9 sklepach



LOTOS QUAZAR 5W40 4L

5,00 1 opinia / Zadaj pytanie

Rodzaj: **Syntetyczne**

Pojemność: **4L**

163,00 zł

PORÓWNAJ CENY

w 1 sklepie



MOBIL 1 FS X1 5W50 4L

4,50 Napisz opinię / Zadaj pytanie

Rodzaj: **Syntetyczne**

Pojemność: **4L**

od **119**,49 zł

PORÓWNAJ CENY

w 3 sklepach



LOTOS SYNTHETIC A5/B5 SAE 5W30, POJ. 4L

4,00 Napisz opinię / Zadaj pytanie

Pojemność: **4L**

68,00 zł

PORÓWNAJ CENY

w 1 sklepie

Źródło: www.ceneo.pl

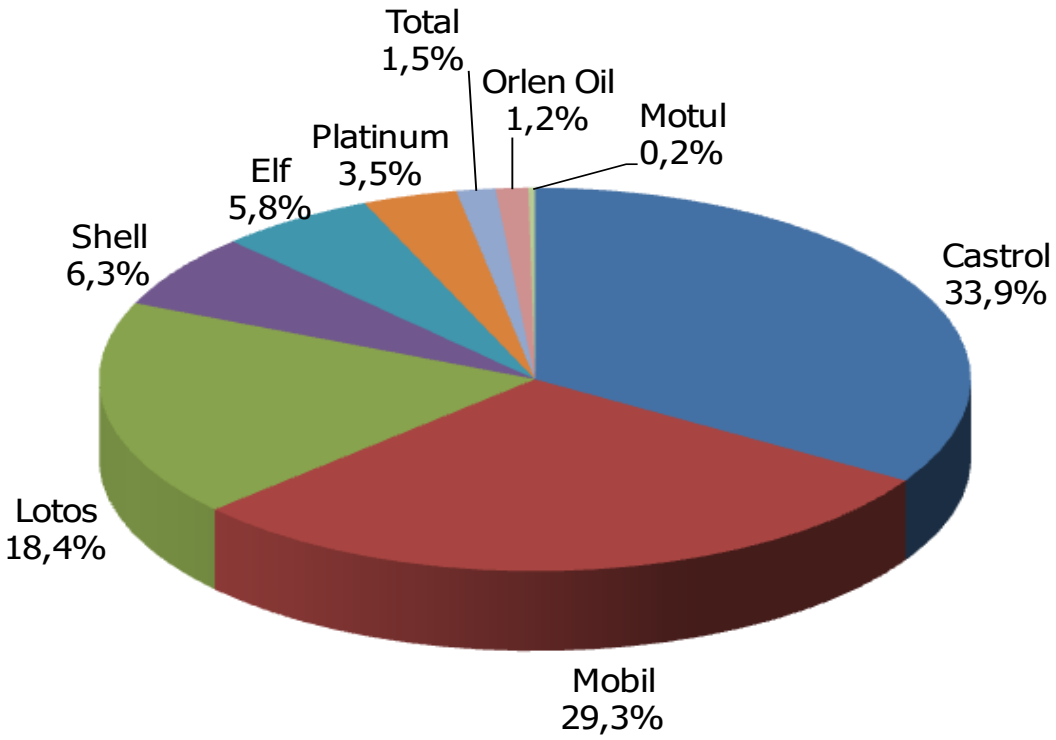
Ceny olejów silnikowych

Pułapy cenowe olejów silnikowych

Marka użytkowanego oleju	Średnia cena ostatnio kupionego oleju silnikowego /w zł / litr/	Cena dla mnie za wysoka/ w zł / litr/ [opinia] (średnia)	Cena tak niska, że budzi wątpliwości co do jakości oleju /w zł / litr/ [opinia] (średnia)
Nabywcy najpopularniejszych marek olejów			
Mobil	29,61	47,80	14,17
Castrol	31,21	50,05	15,19
Lotos	24,61	43,62	11,87
Orlen Oil / Platinum	25,14	44,02	12,04
Elf	26,22	42,91	12,19
Shell	31,06	52,16	13,77

Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2015, Rynek olejów silnikowych.

Preferowana marka oleju silnikowego przy identycznych cenach



Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2015, Rynek olejów silnikowych.

Ceny olejów silnikowych (1)



MOTUL SPECIFIC 0W30 506.01 506.00 503.00 5L

4,00 Napisz opinię / Zadaj pytanie

Rodzaj: **Syntetyczne**

Pojemność: **5L**

338,00 zł

PORÓWNAJ CENY

w 1 sklepie



MILLERS OILS CFS 0W30 NT 5L

5,00 Napisz opinię / Zadaj pytanie

Rodzaj: **Syntetyczne**

Pojemność: **5L**

od **335**,02 zł

PORÓWNAJ CENY

w 3 sklepach



MILLERS OILS CFS 0W20 NT 5L

4,00 Napisz opinię / Zadaj pytanie

Rodzaj: **Syntetyczne**

Pojemność: **5L**

od **335**,02 zł

PORÓWNAJ CENY

w 2 sklepach



TEXACO HAVOLINE 5W40 5L

4,50 Napisz opinię / Zadaj pytanie

Rodzaj: **Syntetyczne**

Pojemność: **5L**

331,58 zł

PORÓWNAJ CENY

w 1 sklepie

Źródło: www.ceneo.pl

Ceny olejów silnikowych (2)



MOBIL 1 ESP 0W-30 5L

4,00 Napisz opinię / 1 pytanie

Pojemność: **5L**

224,30 zł

PORÓWNAJ CENY

w 1 sklepie



VALVOLINE SYNPOWER MST C3 5W40 8L (5L+3L)

Napisz opinię / Zadaj pytanie

Pojemność: **5L**

224,00 zł

PORÓWNAJ CENY

w 1 sklepie



5W30 LIQUI MOLY TOP TEC 4200 2693 5L

5,00 2 opinie / Zadaj pytanie

Rodzaj: **Syntetyczne**

Pojemność: **5L**

od **224**,00 zł

PORÓWNAJ CENY

w 2 sklepach



CASTROL EDGE SPORT 10W-60 5L 10W-60

5,00 9 opinii / Zadaj pytanie

Rodzaj: **Syntetyczne**

Pojemność: **5L**

od **224**,00 zł

PORÓWNAJ CENY

w 2 sklepach

Źródło: www.ceneo.pl

Ceny olejów silnikowych (3)



LOTOS CITY 15W40 5L

4,67 Napisz opinię / Zadaj pytanie

Rodzaj: **Mineralne**

Pojemność: **5L**

od **50**,76 zł

PORÓWNAJ CENY

w 6 sklepach



PENNASOL SUPER DYNAMIC 15W-40 5L

5,00 Napisz opinię / Zadaj pytanie

Pojemność: **5L**

52,30 zł

PORÓWNAJ CENY

w 1 sklepie



LOTOS CITY DIESEL 20W-50 5L

Napisz opinię / Zadaj pytanie

Rodzaj: **Mineralne**

Pojemność: **5L**

od **53**,00 zł

PORÓWNAJ CENY

w 2 sklepach



GM 10W40 5L

4,09 86 opinii / 4 pytania

Rodzaj: **Półsyntetyczne**

Pojemność: **5L**

od **53**,49 zł

PORÓWNAJ CENY

w 12 sklepach

Źródło: www.ceneo.pl

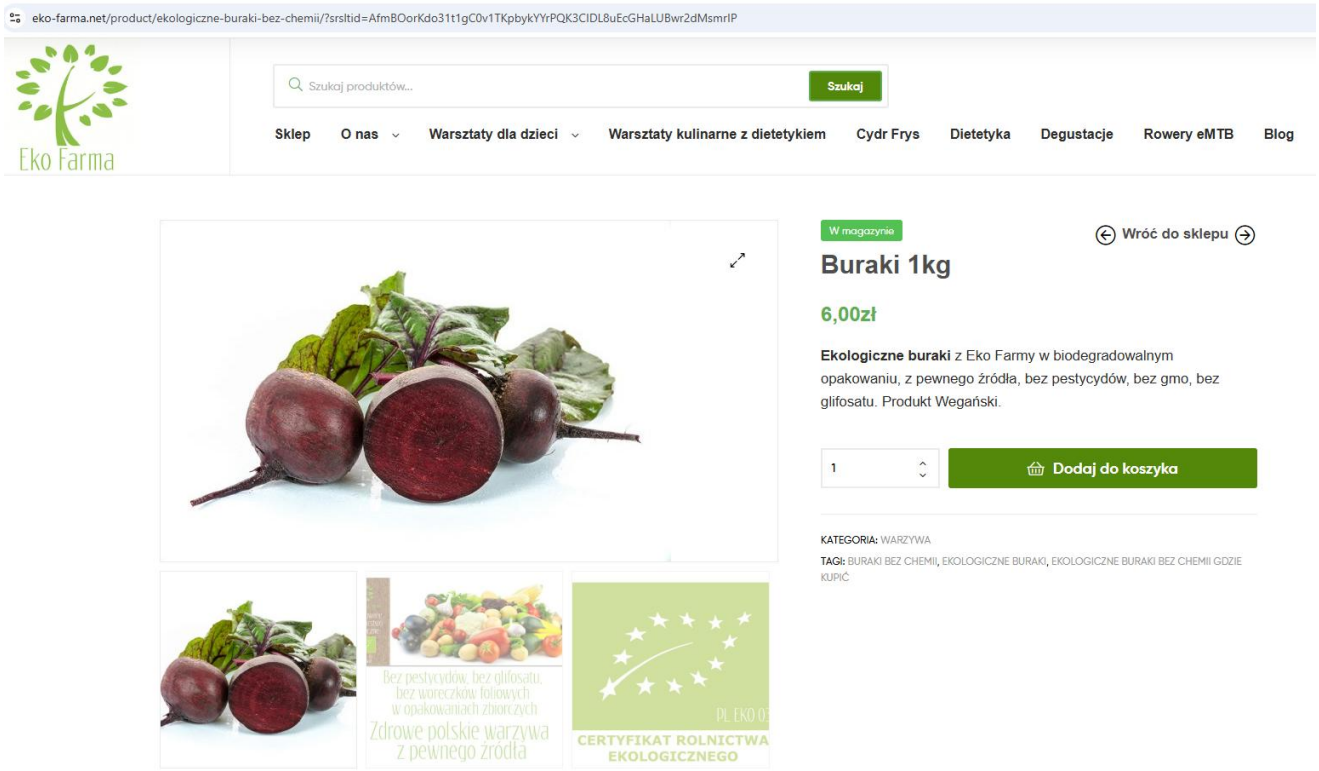
Strategia *skimmingu* (spijania śmietanki)

Strategię *skimmingu* banki stosują często wobec grupy najzamożniejszych klientów. Dotyczy to np. usług private bankingu lub kart kredytowych (szczególnie złotych i platynowych). Niektóre instytucje oferujące *private banking* oczekują od swoich klientów sumy do zainwestowania rzędu 25 mln $, ale w kluczowych bankach kwoty te są znacznie mniejsze: 3 mln $ w Citibanku, 1 mln $ w Bank of America.



Opłata za wydanie karty	1 200 zł
Opłata roczna	1 200 zł

Żywność ekologiczna vs. tradycyjna





Żywność ekologiczna - ceny

bee.pl

Szukaj

OKAZJE MIESIĄCA

Koszyk (pusty)

KATEGORIE | ŻYWNOŚĆ BIO | ZDROWA ŻYWNOŚĆ | VIRALOWE PRODUKTY | W ZESTAWIE TANIEJ | NOWOŚCI | PROMOCJE | WYPRZEDAŻ

Kategoria

kategoria wyżej

Masło klarowane (4)
Olej kokosowy (31)
Olej lniany (9)
Olej rzepakowy (19)
Olej sezamowy (10)
Olej słonecznikowy (25)
Olej z czarnuszki (7)
Olej z pestek dyni (10)
Oliwa z oliwek (39)
Pozostałe oleje i oliwy (23)

więcej >

Cena

wyczyść

od - do

Dostępność

wyczyść

- [ ] Tylko dostępne (181)
- [ ] W magazynie (50)

Dostawa

wyczyść

- ○ 24h (50)
- ○ do 3 dni (181)
- ○ do 7 dni (181)

Producent

wyczyść

- [ ] Batom (9)
- [ ] Big Nature (29)
- [ ] Bio Planete (36)
- [ ] Bordoni (9)
- [ ] Dary Natury (12)
- [ ] Diet-Food (6)
- [ ] Ekko (8)
- [ ] Horeca (7)
- [ ] Levante (6)
- [ ] Olandia (10)



Greece Company Oliwa z oliwek extra virgin ze wsi
500 ml Bio

54,70 zł

Do koszyka

w magazynie



Rustichello Oliwa z oliwek extra virgin niefiltrowana
500 ml Bio

50,59 zł

Do koszyka

w magazynie



Big Nature Oliwa z oliwek Extra Virgin tłoczona na
1 l Bio

60,85 zł

Do koszyka

w magazynie



Bio Planete Oliwa z oliwek do smażenia
1 l Bio

69,99 zł

Do koszyka

w magazynie



Jules Brochenin Oliwa z oliwek extra virgin
750 ml Bio

69,69 zł

Do koszyka



Levante Oliwa z oliwek extra virgin
1 l Bio

85,49 zł

Do koszyka



Alce Nero Oliwa z oliwek extra virgin
750 ml Bio

71,09 zł

Do koszyka

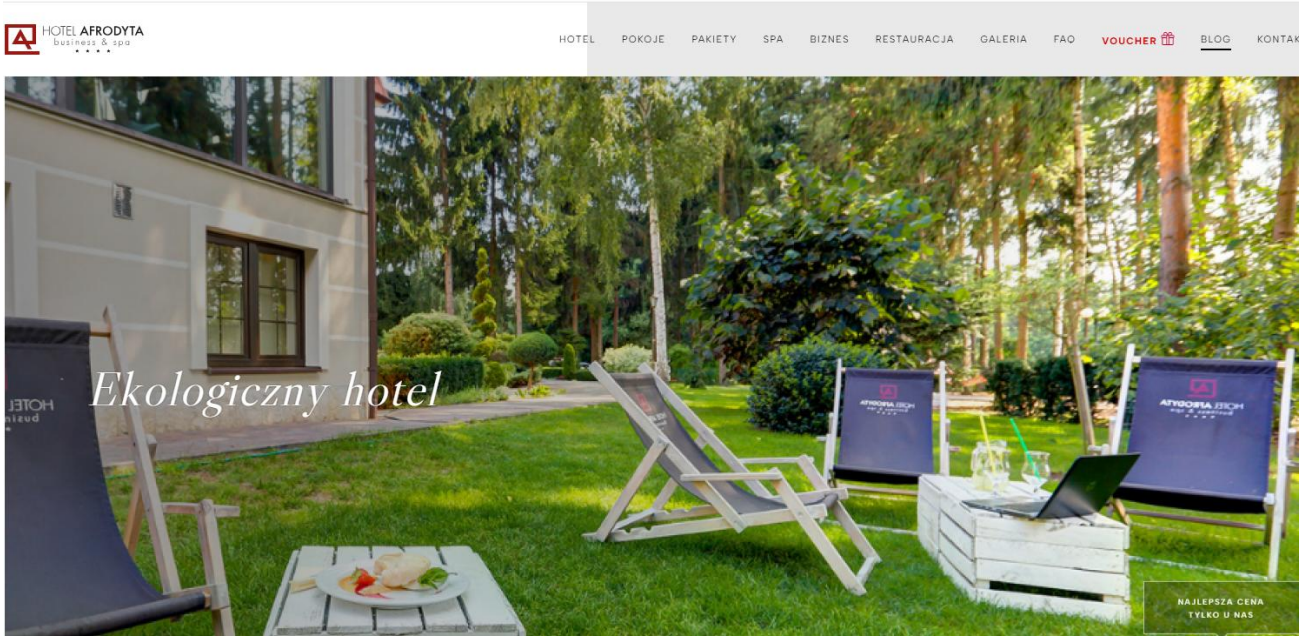


Holle Oliwa z oliwek Extra Virgin dla dzieci od 5
250 ml Bio

39,69 zł

Do koszyka

Ekologiczny hotel





piątek 18 kwi 2025 — niedziela 20 kwi 2025 — 2 dorosłych, 1 pokój



Superior

- 22 m²
- 1 łazienka
- 90x200 cm osobne z możliwością połączenia (TWIN/DOUBLE)
- Wi-Fi, Klimatyzacja, TV

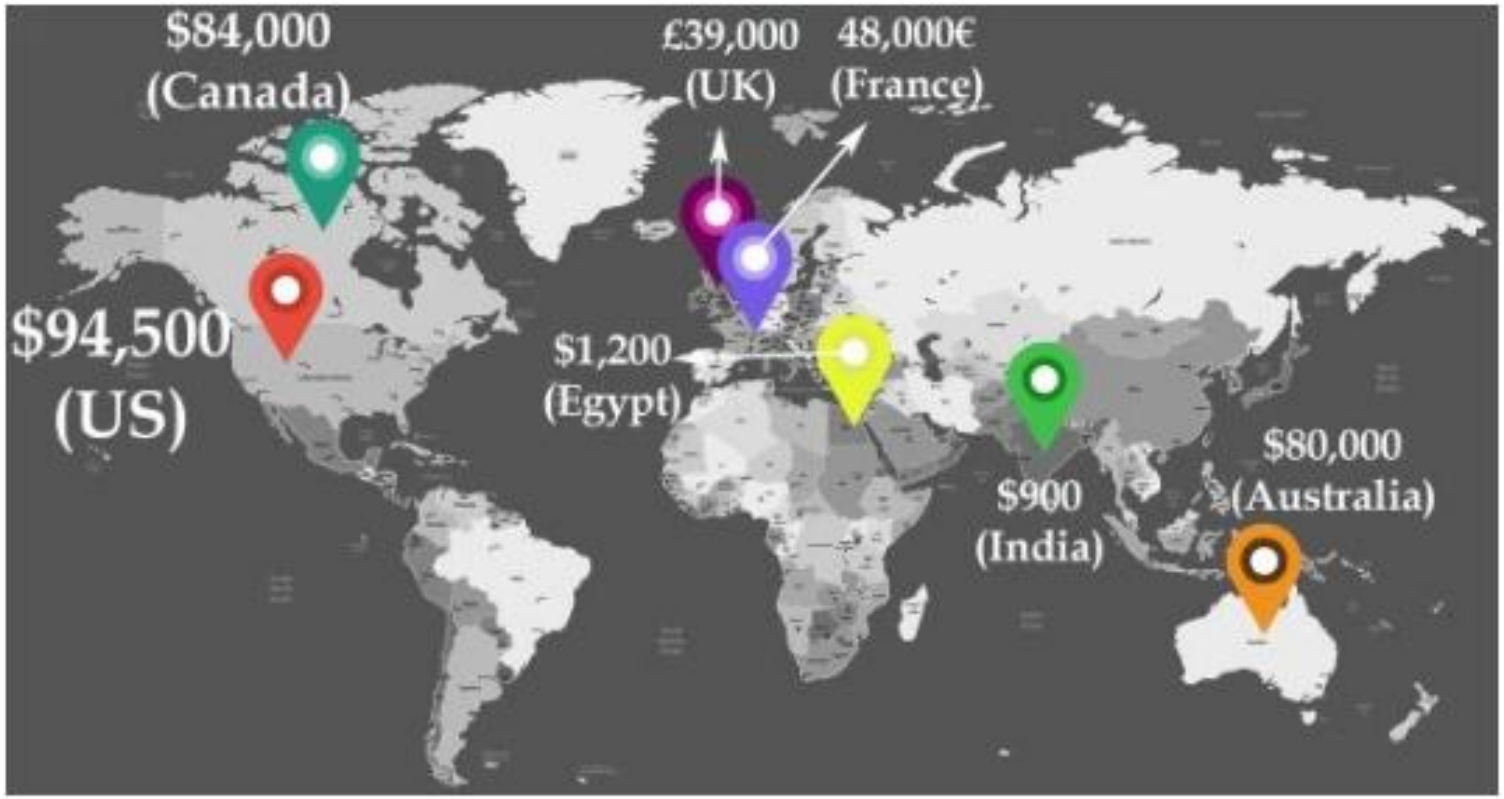
Czytaj więcej

od **2750 zł**

POKAŻ CENY

Źródło: https://www.afrodytaspa.pl/ekologiczny-hotel

Koszt 12-tygodniowej kuracji lekiem Harvoni



Harvoni is the new Hepatitis C drug with over 90% cure rate.

Ceny, liczby podwyżek, skala podwyżek oraz przychody netto ze sprzedaży 12 leków w USA

Drug	Price Today	No. of Price Increases*	Price Increase Since Launch	2019 U.S. Net Revenue
Copaxone (Teva)	$85,400/year	25+	825%	$950 Million
Enbrel (Amgen)	$72,200/year	25+	486%	$5.05 Billion
Gleevec (Novartis)	$123,000/year	20+	395%	$330 Million
H.P. Acthar (Mallinckrodt)	$39,864/vial	5	> 100,000%	$953 Million
Humalog (Eli Lilly)	$274.70/vial	30+	1219%	$1.67 Billion
Humira (AbbVie)	$71,600/year	25+	471%	$14.9 Billion
Imbruvica (AbbVie)	$181,500–$242,000/year	5+	82%	$3.83 Billion
Lantus (Sanofi)	$283.56/vial	20+	715%	$1.14 Billion
Lyrica (Pfizer)	$1,200/year	20+	420%	$2.01 Billion
NovoLog (Novo Nordisk)	$289.36/vial	25+	627%	$1.18 Billion
Revlimid (Celgene/BMS)	$192,000/year	20+	255%	$6.27 Billion
Sensipar (Amgen)	$9,800/year	20+	232%	$252 Million

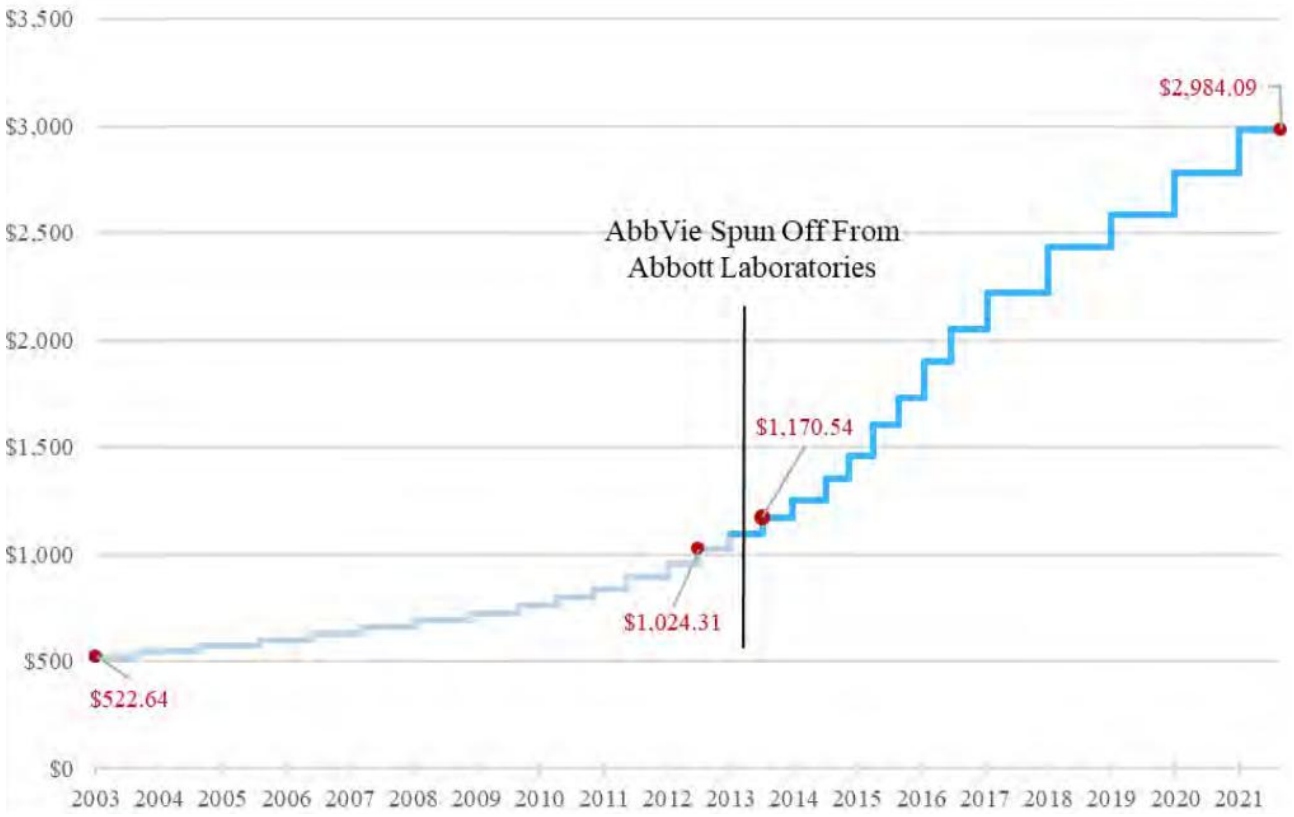
Firmy objęte dochodzeniem Komitetu łącznie podniosły ceny 12 badanych leków ponad 250 razy. Leki objęte śledztwem Komisji są obecnie wyceniane średnio o prawie 500% wyżej niż w momencie ich wprowadzenia na rynek. Ceny H.P. Acthar Gel (Acthar) firmy Mallinckrodt wzrosły o 100 000% w porównaniu do cen stosowanych w momencie wprowadzenia produktu na rynek.

Źródło: U.S. House of Representatives, Drug Pricing Investigation, 2021.

Ceny leku Humira w USA

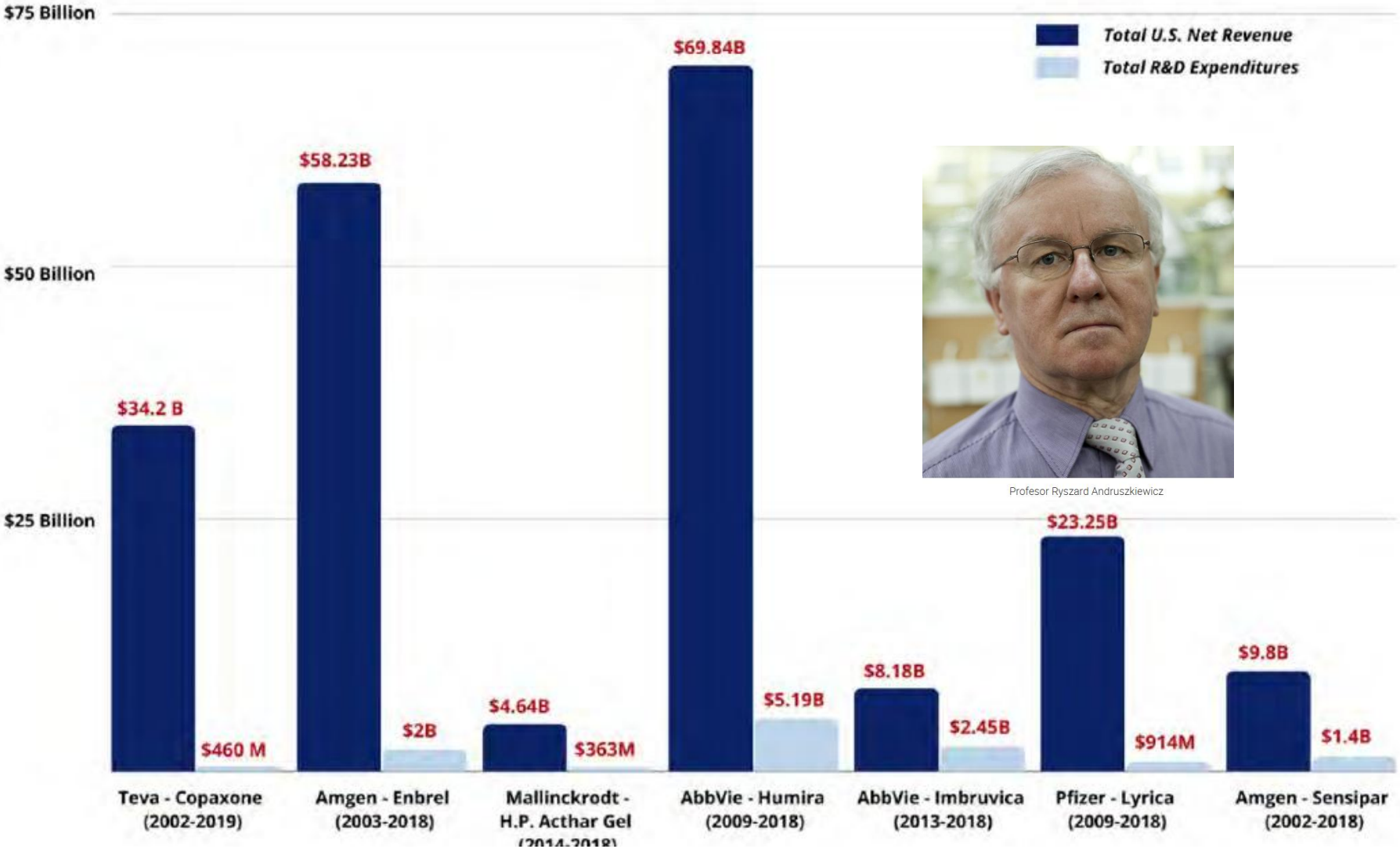
Lek Humira jest stosowany w leczeniu zapalenia stawów u osób dorosłych.

Firma AbbVie w latach 2003-2020 uzyskała 170 mld USD ze sprzedaży leku Humira na całym świecie. Humira jest najlepiej sprzedającym się lekiem w USA (w 2020 roku sprzedaż na tym rynku wyniosła 16 mld USD).



Źródło: U.S. House of Representatives, Drug Pricing Investigation, 2021.

Porównanie przychodów netto i wydatków na R&D



Profesor Ryszard Andruszkiewicz

Źródło: U.S. House of Representatives, Drug Pricing Investigation, 2021.

Ceny leków w USA – wyniki dochodzenia Komisji Izby Reprezentantów, 2021

Leki na receptę są coraz bardziej niedostępne dla Amerykanów.

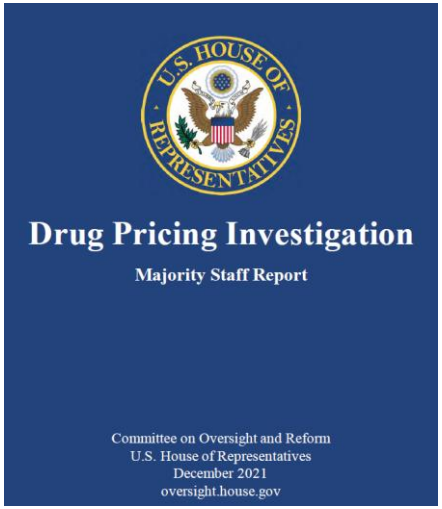
W latach 2014-2018 Medicare wydał o 25 mld dolarów więcej na zaledwie siedem leków, ponieważ nie mógł negocjować niższych cen.

Niebotyczne ceny leków nie są uzasadnione potrzebą innowacji.

Największe firmy farmaceutyczne wydają więcej na wypłaty za inwestorów i kadry kierowniczej niż na badania i rozwój.

Wiele przełomowych leków powstało dzięki odkryciom naukowym w ramach badań finansowanych przez podatników.

Wydatki na R&D firm farmaceutycznych często skupiają się na drobnych zmianach w celu rozszerzenia ochrony patentowej i zablokowania tańszych leków.



Ustalanie cen w start-upie

Ustalanie cen na bazie kosztów (*cost plus pricing*)

A. Podejście kwotowe /koszty plus kwota zysku/

Podejście kwotowe – uwzględniamy koszt nabycia danego produktu, uwzględniamy odpis kosztów ogólnych prowadzenia działalności i zadawalającą nas kwotę zysku.

Przykład: 10 zł koszt zakupu + 4 zł odpis na koszty działalności + 2 zł zysk = 16 zł cena sprzedaży netto

B. Podejście procentowe /koszt zakupu produktu plus marża procentowa/
Podejście procentowe – uwzględniamy koszt nabycia danego produktu oraz wskaźnik narzutu (który powinien pokryć nasze koszty oraz zapewnić zysk).

Przykład: 10 zł koszt zakupu + (10 zł koszt zakupu * 60% narzut /marża/) = 16 zł cena sprzedaży netto

Koszty działalności

Koszt całkowity (Kc) to suma kosztów stałych i kosztów zmiennych.

Kc = Kz + Ks

Kz – koszty zmienne
Ks – koszty stałe

Koszt jednostkowy – pokazuje, jaki koszt przypada na jednostkę produkcji / usług. Oblicza się go, dzieląc sumę kosztów przez ilość wyprodukowanych wyrobów / zrealizowanych usług.

Koszty zmienne i stałe

Koszty zmienne - to koszty, jakie przedsiębiorstwo ponosi na działania związane bezpośrednio z produkcją, handlem lub usługami (zmieniają się wraz ze skalą działalności – wzrostem lub spadkiem wolumenu wytwarzanych i sprzedawanych produktów lub usług). Do kosztów zmiennych związanych np. z produkcją zalicza się nakłady na surowce, roboczogodziny, towar, energię elektryczną lub zużyte paliwo itp. Koszty zmienne zależą od wielkości produkcji / ilości sprzedanych produktów / wolumenu świadczonych usług.

Koszty stałe – to koszty, które firma ponosi bez względu na skalę produkcji / usług. Przykładem kosztów stałych mogą być: płace kierownictwa oraz administracji, koszty konserwacji urządzeń, zużycie energii związanej z ogrzewaniem budynku biurowego, koszty wynajmu hali / magazynu / powierzchni biurowej. Koszty te pozostają niezmienne w pewnym przedziale skali działalności (jeżeli ona znacząco wzrośnie, to i koszty stałe wzrosną).

Krok 1. Ustalenie kosztów zmiennych

Najczęściej spotykanym kosztem zmiennym (szczególnie w działalności handlowej) jest koszt zakupu danego towaru, który będziemy dalej odsprzedawać (np. w sklepie stacjonarnym lub internetowym).

Koszt zmienny w działalności handlowej

Koszt towaru ..... zł
Koszt przesyłki ..... zł
Inne koszty (np. ubezpieczenia) ..... zł

Koszt zmienny w działalności usługowej

Koszt materiałów / surowców ..... zł
Koszty personelu operacyjnego ..... zł
Inne koszty (np. energia, ubezpieczenia) ..... zł

Koszt zmienny w działalności produkcyjnej

Koszt materiałów / surowców ..... zł
Koszt dostawy materiałów ..... zł
Koszty produkcji (energia, maszyny, pracownicy) ..... zł
Koszty magazynowania ..... zł
Koszty dostawy do klienta ..... zł
Inne koszty (np. ubezpieczenia) ..... zł

Krok 2. Ustalenie kosztów stałych

Płace pracowników	…….. zł miesięcznie
ZUS	…….. zł miesięcznie
Koszt wynajmu lokalu	…….. zł miesięcznie
Amortyzacja środków trwałych	…….. zł miesięcznie
Koszty marketingowe	…….. zł miesięcznie
Rata kredytu / leasing	…….. zł miesięcznie
Opłaty za energią / wodę itp.	…….. zł miesięcznie
Utrzymanie strony internetowej	…….. zł miesięcznie
Obsługa finansowo-księgowa	…….. zł miesięcznie
Telefon / internet	…….. zł miesięcznie
Inne koszty	…….. zł miesięcznie
Łączne koszty zarządu	…….. zł miesięcznie

Krok 3. Alokacja kosztów stałych do poszczególnych produktów / usług

Najczęściej robi się to, uwzględniając udział danego produktu usługi w sprzedaży ogółem. Jeżeli np. wynosi on 20%, to 20% kosztów stałych przypisujemy do tego produktu.

Łączne koszty stałe

Koszty stałe przypisane do produktu / usługi 1 …….. zł miesięcznie
Koszty stałe przypisane do produktu / usługi 2 …….. zł miesięcznie
Koszty stałe przypisane do produktu / usługi 3 …….. zł miesięcznie
Koszty stałe przypisane do produktu / usługi 4 …….. zł miesięcznie
Koszty stałe przypisane do produktu / usługi 5 …….. zł miesięcznie

Kalkulację możemy robić dla danego miesiąca lub całego roku.

Krok 4. Ustalenie ceny metodą kosztową /*cost plus*/

Produkt / usługa 1

- Koszty zmienne jednostkowe ..... zł
- Koszty stałe /odpis jednostkowy/ ..... zł
- Zysk na każdym produkcie ..... zł
- Cena jednostkowa netto ..... zł

Krok 5. Ustalanie cen na bazie cen konkurencji

W początkach działalności wiele podmiotów gospodarczych nie ma jeszcze wyobrażenia o wszystkich kosztach, dlatego jako punkt odniesienia stosują ceny konkurencji. Jak pisze Obłój: „*cena jest najprostszym narzędziem wyboru i walki z konkurencją, bo jest ona łatwo dostępna, manipulowalna i dlatego sama się narzuca jako środek walki konkurencyjnej (niższe ceny oznaczają jednak zmniejszenie strumienia dochodów, a często także wzrost kosztów w związku z koniecznością poinformowania konsumentów o obniżce cen*)".

Biorąc pod uwagę fakt, że nowa firma nie jest znana na rynku, w pierwszym okresie na ogół ustala ceny na niższym poziomie niż konkurencja. Przykładowo, jeżeli ktoś otwiera sklep internetowy, to żeby znaleźć się na pierwszych stronach w porównywarkach cenowych (Ceneo, Nokaut, Skąpiec itp.), musi mieć atrakcyjną cenę.

Ceny odżywek białkowych – screen strony internetowej CENEO

Filtry

Tylko oferty
- Kup teraz
- Promocje

Cena

$ najtaniej | $$ od 132 zł | $$$ od 268 zł

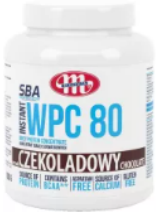
od - do

Producent
- Szukaj
- Gymbeam 18
- The Protein Works 14
- Amix 10
- BioTech 8
- Hi-Tec 5

Pojemność
- Szukaj
- 1000 g 139
- 700 g 131
- 2000 g 116
- 500 g 107
- 900 g 83

Lokalizacja sklepu

Popularne:



Mlekovita Sba Instant Wpc80 1kg
Kategoria Odżywki białkowe
Rodzaj: Koncentrat białka serwatkowego (WPC)
Forma: Proszek
Ilość porcji w opakowaniu: 33

5,0
8 opinii
Dodaj do ulubionych

od 83,90 zł
PORÓWNAJ CENY
w 2 sklepach



Extensor Izolat 97 1kg
Kategoria Odżywki białkowe
Rodzaj: Izolat białka serwatkowego (WPI)
Forma: Proszek
Ilość porcji w opakowaniu: 33

4,9
220 opinii
Dodaj do ulubionych

od 159,00 zł
PORÓWNAJ CENY
w 6 sklepach



Biotechusa Protein Power 1kg
Kategoria Odżywki białkowe
Rodzaj: Mieszanka białek roślinnych i zwierzęcych
Forma: Proszek
Białko: 23g
Ilość porcji w opakowaniu: 33

4,9
4 opinie
Dodaj do ulubionych

od 69,99 zł
PORÓWNAJ CENY
w 6 sklepach



Activlab Protein Breakfast 1kg
Kategoria Odżywki białkowe
Rodzaj: Koncentrat białka serwatkowego (WPC)
Forma: Proszek
Białko: 21,9g
Ilość porcji w opakowaniu: 10

4,9
20 opinii
Dodaj do ulubionych

od 33,61 zł
PORÓWNAJ CENY
w 8 sklepach

Źródło: https://www.ceneo.pl/Odzywki_i_suplementy/Pojemnosc:1000_g;szukaj-odzywki+bialkowe;0115-1.htm

Krok 6. Ustalanie cen na bazie badań klientów

Metoda popytowa kształtowania cen wymaga pogłębionej wiedzy o sytuacji finansowej potencjalnych nabywców, motywach zakupów oraz ich wrażliwości cenowej. Większość klientów zachowuje się dość racjonalnie, czyli starają się maksymalizować użyteczność – liczą korzyści i koszty – szukają najlepszych ofert w danym przedziale cenowym. Klienci są skłonni zapłacić więcej za produkt tylko wtedy, gdy oferuje on jakąś dodatkową wartość (klienci mogą zaakceptować wyższe opłaty w zamian za specjalne warunki obsługi).

Warto w badaniach ustalić 3 punkty odniesienia:
1) cena ostatnio kupionego produktu;
2) cena produktu, która jest postrzegana przez respondenta jako za wysoka (stanowi dla niego barierę);
3) cena produktu, która jest postrzegana przez respondenta jako tak niska, że może budzić wątpliwości co do jakości produktu.

Ostateczny wybór strategii i polityki cenowej – ceny niższe od konkurencji

W jakich okolicznościach trzeba raczej myśleć o ustalaniu własnych cen **poniżej cen konkurencji**:

- ✓ jeżeli klienci są wrażliwi na zmiany cen;
- ✓ kiedy klientami są osoby fizyczne lub podmioty gospodarcze, których sytuacja się pogarsza i będą szukać oszczędności (maleją dochody lub zyski, pojawiają się straty);
- ✓ kiedy sprzedawane produkty nie są znane na rynku lub ich wizerunek / reputacja nie są zbyt dobre;
- ✓ kiedy produkty / usługi są niższej jakości (z gorszych materiałów / surowców);
- ✓ kiedy ofercie nie towarzyszą jakieś atrakcyjne usługi (np. brak gwarancji).

Ostateczny wybór strategii i polityki cenowej – ceny wyższe od konkurencji

W jakich okolicznościach można myśleć o ustalaniu własnych cen **powyżej cen konkurencji**:

- ✓ jeżeli klienci nie są nadmiernie wrażliwi na zmiany cen;
- ✓ kiedy klientami są osoby fizyczne lub podmioty gospodarcze, których sytuacja się poprawia (rosną dochody lub zyski);
- ✓ kiedy sprzedawane produkty mają dobry wizerunek / reputację;
- ✓ kiedy produkty / usługi są wysokiej jakości;
- ✓ kiedy ofercie towarzyszą jakieś atrakcyjne usługi (np. wydłużona gwarancja).