

Kostengeoriënteerde prijsbepaling

De organisatie neemt de
kosten als basis voor de
bepaling van de verkoopprijs



Concurrentiegeoriënteerde prijsbepaling

Als er zoveel concurrenten zijn in een branche dat een onderneming de prijs wel 'moet' afstemmen op die van de concurrentie.



Vraaggeoriënteerde prijsbepaling

De organisatie neemt de prijs die de consument wil betalen als uitgangspunt.



Penetratiepolitiek

De prijs van een nieuw product zo laag vast te stellen dat daardoor in korte tijd een groot gedeelte van de markt van het nieuwe product wordt voorzien.



Afroompolitiek

De onderneming begint met een hoge prijs en verlaagt deze in stappen.



Psychologische prijzen

Prijzen die net onder een geheel getal zitten, voorbeelden zijn € 99,95, € 89 en € 9,90.



Prijskortingen

Korting op de prijs, zowel rechtstreeks als door het aanbieden van een groter aantal producten voor een lagere prijs.

