5 Preispolitik

- 51 Strategische Ausrichtung der Preisbildung
  - 511 Preisentscheidungen für Produktgruppen
  - 512 Entscheidung Skimming- vers. Penetrationstrategie
- 52 Varianten und Schritte der Preisbildung und -pflege
  - 521 Ermittlung der kostenbezogenen Preisbasis
  - 522 Ermittlung von Preisvarianten unter besonderer Berücksichtigung des Kundenverhaltens
    - 5221 Expertenbefragungen
    - 5222 Kundenbefragungen
    - 5223 Definition und Kommunikation von Referenzpreisinformationen
    - 5224 Durchführung von Preisexperimenten
    - 5225 Ermittlung der zutreffenden Preis-Absatz-Funktionsbeziehung
    - 5226 Preisdifferenzierungen nach Kundensegmenten
  - 523 Ermittlung von Preisvarianten unter besonderer Berücksichtigung des Wettbewerberverhaltens
- 53 Preisfindung und -entscheidung
  - 531 Bei Vorliegen von Preisvarianten aus 521-523
  - 532 Bei Verwendung von Leitpreisen
  - 533 Bei Ausschreibungen
  - 534 Produktbezogene Festlegungen zum Rabatt- und Bonussystem
- 54 Durchsetzung der Preise am Markt
- 55 Management operativer Preisänderungen (Preisaktionen)