

Prijs

- 1) Eerder onderzocht je al wie jouw 3 belangrijkste concurrenten waren. Welke prijs hanteren zij?

Concurrent 1:

Concurrent 2:

Concurrent 3:

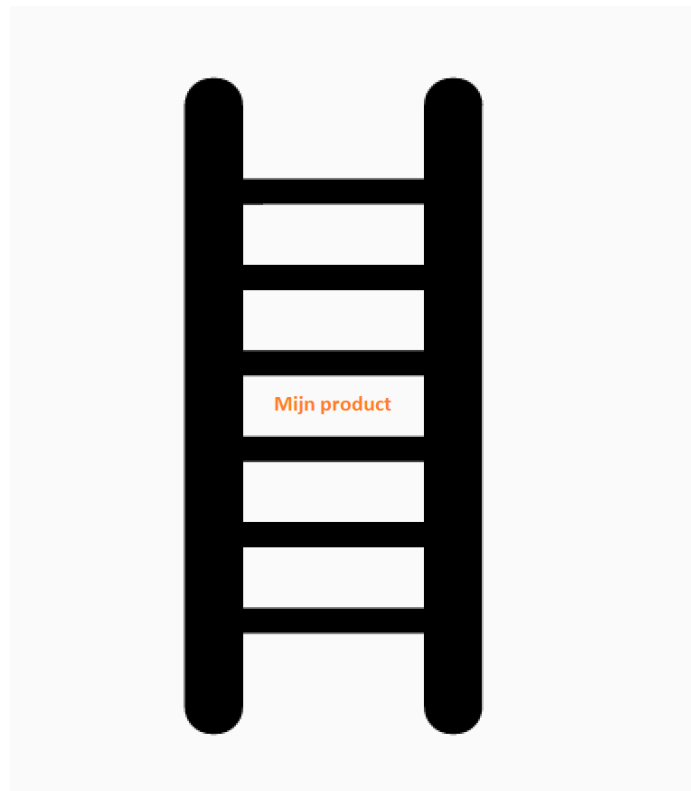
- 2) Eerder bekeken jullie al het aanbod van jullie concurrentie. Hiervoor onderzocht je de concurrentie en jouw USP. Kijk nog even terug naar die papieren, naar de locatie, kwaliteit, service en het productassortiment van jouw concurrentie. Hoe scoren jullie in vergelijking met jullie concurrentie? Schrap wat niet past.

Ons product is beter / slechter dan dat van concurrent 1

Ons product is beter / slechter dan dat van concurrent 2

Ons product is beter / slechter dan dat van concurrent 3

- 3) Hieronder vind je een ladder. In het midden van de ladder staat jouw product. Plaats de producten die beter zijn dan jouw product hoger op de ladder. Plaats de producten die slechter zijn dan jouw product lager op de ladder.



- 4) Schrijf naast iedere concurrent de prijs van zijn product. Nu weet je de prijs die de klant voor jouw product wil betalen, namelijk minder dan dat van de concurrent die beter is dan jou en meer dan dat van de concurrent die slechter is dan jou. Bepaal het prijsvork: tussen welke twee bedragen zal jouw prijs liggen?

Tip: als jouw product beter is dan dat van jouw drie concurrenten, kan je alleen een minimumprijs berekenen (namelijk de prijs van jouw concurrenten).

- 5) Je verkoopt jouw product best aan een prijs hoger dan dat het jou kost om het product te maken. Je berekende al eerder jouw kostprijs per product. Wat was die?

Duidt deze prijs aan op de ladder.

Je hebt drie mogelijkheden:

Ligt jouw kostprijs lager dan jouw prijsvork?

- Dat betekent dat je het product kan verkopen aan een hogere prijs en dat je veel winst kan maken.

Ligt jouw kostprijs in het prijsvork?

- Dan is jouw kostprijs het nieuwe minimum. Als je jouw product aan de kostprijs verkoopt maak je geen winst.

Ligt jouw kostprijs hoger dan jouw prijsvork?

- Dat betekent dat je momenteel niet winstgevend kan zijn. Ofwel moet je op zoek naar manieren om de kosten te drukken (andere leveranciers, kosten schrappen, ...) ofwel moet je zorgen dat jouw product interessanter wordt in vergelijking met de concurrentie.