

2.以消费者所能接受的成本制定产品价格策略 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022_2_E4_BB_A5_E6_B6_88_E8_B4_c40_62596.htm 营销策略的转变

2.以消费者所能接受的成本制定产品价格策略以消费者为市场导向的现代营销摒弃了传统的以生产成本为基准的定价策略，而采取以消费者能接受的成本来制定产品价格的策略。要实施这一策略，必须掌握消费者的需求及对产品价格认同的标准，这在网络环境下是很容易实现的。顾客可以通过网络提出可接受的成本，企业根据顾客的成本制定产品设计及生产方案供顾客选择，直到顾客确认后再进行生产和销售，所有这一切都是顾客在企业网站的服务程序的引导下完成的，无须专门的服务人员，因此运作成本也十分低廉。美国通用汽车公司就在其网站上开设了有关系统，引导顾客设计和组装满足自己对价格和性能要求的汽车。顾客首先确定可接受的价格标准，然后根据这个价位选择满足自己要求的汽车，并可提出适当的修改方案，公司据此生产恰好能满足顾客要求的产品。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com