

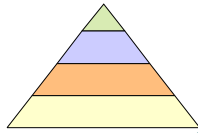
運動行銷組合：定價

國立新竹教育大學
許建民

- 甲乙兩人要購買俱樂部會員證
- 甲：A俱樂部是較好的選擇，因為A俱樂部比B有較多的設備
- 乙：B俱樂部是較好的選擇，因為B俱樂部有較多具有證照的教練
- 甲：A俱樂部的會員證售價較低
- 乙：那是因為它沒有足夠的專任教練，並且所提供的課程相當有限
- 甲：A俱樂部交通便利，有大眾交通工具到達
- 乙：不過B俱樂部也有很大的免費停車場
- 你覺得哪一個的選擇正確？



- 價格是行銷組合中最受消費者矚目的因素
 - 讓消費者覺得物超所值是行銷人員在訂定價格時的重要考量因素
 - 低價策略，金字塔頂端
 - 運動產品的非實體性和易逝性



一、何謂價格

- 商品的價格指的是購買產品或服務時所需付出的成本。在行銷人員眼中，價格是指產品或服務對消費者的價值。
- 訂定價格時必需考量產品對消費者可能的利益，以及購買時投入的時間成本。
- 消費者購買時的全部成本
 - 時間成本
 - 心理成本



- 價格是指人們為獲得某種產品/服務所需支付的金額或其他有價值的東西。
 - 價格的不同名稱
 - 一般常見
 - 租金、利息、學費、票價、酬金、水電費、保險費、稅金、會費、薪水、佣金、工資、車資、演講費、鐘點費
 - 運動產業
 - 權利金(licensing fee)、門票、會員費、入場費(admission)、租金、聯盟費、贊助費、報名費、簽約金(signing bonus)、薪資、佣金、運費、出場費(purse)、競標(bid)、代言金、轉播權利金、顧問費、加盟金(franchise fee)



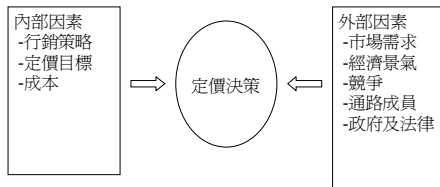
二、影響定價決策的因素

- 定價是行銷人員認為最困難的事
 - 影響價格因素
 - 組織本身：成本考量、目標考量
 - 競爭對手：對手的定價策略、數量
 - 消費者：對產品看法、消費能力、需求程度
 - 企業的營運環境：政經情勢、科技
 - 目標考量
 - 利潤導向、數量導向、形象導向、穩定導向



二、影響定價決策的因素

- (一)內部因素
 - -行銷策略：依目標市場及產品定位決定
 - -定價目標：利潤考量、銷售考量、品質考量、現狀考量、生存考量、社會考量
 - -成本：價格通常以成本為下限

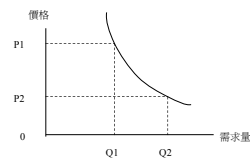


二、影響定價決策的因素

- (二)外部因素
 - -市場需求：需求曲線
 - -經濟景氣：
 - -競爭：完全競爭、獨占性競爭、寡占、獨占
 - -通路成員：中間商毛利率
 - -政府及法律：公平交易法



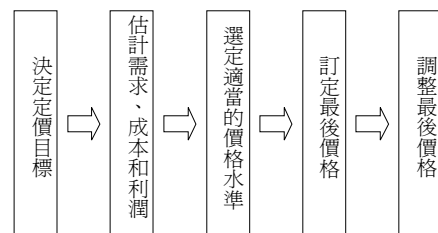
二、影響定價決策的因素



- * 價格決定4c：消費者(consumer)、競爭者(competitor)、公司(company)、環境(circumstance)

三、定價的步驟

- 選擇定價目標
 - 組織性質、產品生命週期
- 估計成本
 - 固定成本、變動成本
- 分析競爭者的產品與價格
 - 差異性、可替代性
- 考慮定價影響因素
- 決定合理的價格範圍
 - 低點不低於成本；高點依市場需求與競爭對手定價
- 選擇定價方式
 - 損益平衡分析法、成本加價法、市場接受訂價法
- 選定最終價格



四、定價方法

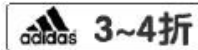
- 成本導向：
 - 【加成本定價法】以單位生產成本或購貨成本加上某一利潤加成，做為價格。
 - 【目標訂價法】希望在估計的數量下獲得一預定的投資報酬率。
- 競爭導向：
 - 【競標法】不考慮本身成本與市場需求，報價水準主要考慮競爭者可能出的價格
 - 【現行水準訂價法】參考主要競爭者價格，<，=，>
 - 【拍賣定價法】根據購買者的喊價決定產品服務的價格
- 價值導向：
 - 【知覺價值定價法】：調查願付價格
 - 【超值定價法】：高品質，低價格，天天都便宜

五、定價策略

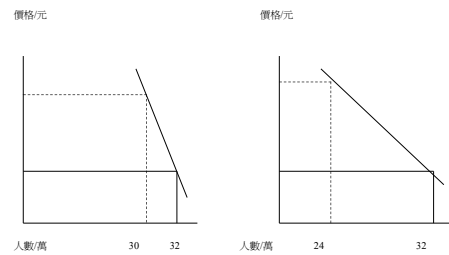
- 【差別定價】：年齡、分區
- 【產品組合定價】：非線性定價、產品線定價、聯賣產品定價
- 【促銷性定價】：非時間驅動的定價、需求已知且受時間驅動的定價、無法確切知道需求的價格調整
- 【吸脂定價法】：上市初期高價，逐漸調降價格
- 【市場滲透定價】：初期低價，快速滲透市場
- 【心理定價法】：價格和品質的關係、奇數定價

六、定價策略於運動組織之應用

- 差別訂價
- 產品組合定價
 - 非線性定價
 - 產品線定價
 - 聯賣產品定價
- 促銷性定價
 - 心理訂價法
 - 關係定價法



七、需求彈性的概念(elasticity of demand)



- 【影響價格彈性的因素】
 - -必需品或奢侈品
 - -產品替代性
 - -購買頻率
 - -收入
 - -經濟情況
 - -產品忠誠度
 - -競爭力
 - -產品品質
 - -產品專業性
 - -需求的急迫性



問題與討論

- 請說明訂定價格的目標可分為幾種類型
- 何謂「差別定價」，並討論其在運動產業的應用情形
- 影響價格的層面相當廣泛，其中之一就是競爭對手，請觀察在運動產業是否曾經出現類似的案例，並加以討論對於運動組織在擬定價格的影響。