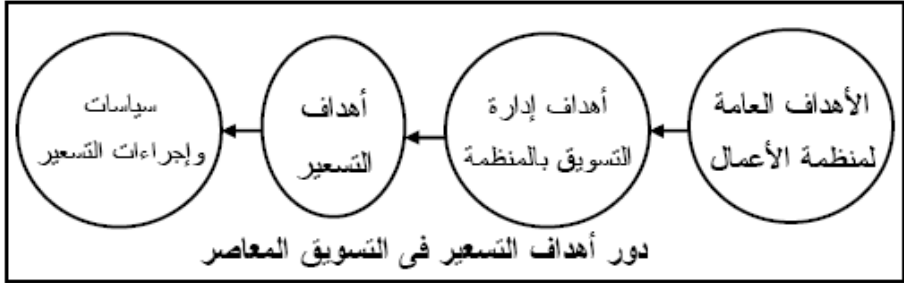


أهداف التسعير:

تتبع أهداف التسعير من أهداف البرنامج التسويقي، والتي تشتق من الأهداف العامة لمنظمة الأعمال.



فمثلاً قد يكون الهدف العام لمنظمة الأعمال أن تكون هي المنظمة الرائدة في السوق المحلية للمنتج، وعلى ذلك يصبح الهدف التسويقي هو التغطية الشاملة لكل المناطق البيعية، ويصبح هدف التسعير هو تحقيق أكبر قدر ممكن من المبيعات. وقد ينجم عن سلسلة الأهداف المتتابعة والمتراطة هذه، اتباع سياسة السعر المنخفض وتفيدها من خلال منح خصومات تجارية وتوظيف أكبر قدر من الأموال المستثمرة في البيع الآجل.

وتختلف أهداف التسعير من منظمة أعمال لأخرى. ويمكن التمييز بين أربع مجموعات من أهداف التسعير، والتي يتم الاختيار من بينها بما يتناسب مع هدف المنظمة، كما يوضحه النموذج التالي:

أهداف التسعير

(٢) أهداف موجهة بالمبيعات :	(١) أهداف موجهة بالربح :
* زيادة رقم أو حجم المبيعات	* تحقق العائد المستهدف
* المحافظة على / زيادة النصيب السوقي	* تعظيم الربح
* زيادة / تخفيض حجم العملاء	* الربح المناسب أو المرضي
(٤) أهداف أخرى :	(٣) أهداف موجهة بالمركز الحالي :
* الأهداف الاجتماعية والأخلاقية	* استقرار الأسعار
* أهداف المركز الاجتماعي للمنظمة	* المنافسة غير السعرية
	* مواجهة المنافسة