

Prepared by



# Marketing

## Chapter 11– Pricing Strategies

ازیکم یا شباب یارب تکنونوا بخیر، النهارده ان شاء الله هنتکلم عن ال pricing strategies ونعرف ال two broad strategies بتوعها. بس قبل ما نبدا لازم نعرف ان :

## New product strategy:

Companies bringing out a new product face the challenge of setting pricing for the first time. They can choose between two strategies: market broad skimming pricing and market penetration pricing.

الشركات لما بتطلع منتج جديد بيواجه تحديات كتيرة علشان نقدر نحدد سعر المنتج لاول مره. و عندنا طريقتين بنحدد علي اساسهم .

## Now we will talk about two broad strategies:

**1. Market –skimming pricing :** sets high price to skim revenues layers from the market.

ال type ده بيستهدف ان يكون المنتج سعره عالي عشان يزود الربح وبيستهدف الطبقة العاليه من المجتمع.

- Product quality and image must support the price.
- Buyers must want the product at the price.
- لازم جودة المنتج وصورته (البرستيج بتاعه) تدعم السعر العالي للمنتج.
- الي هيشترخوا لازم يكونوا راضين عن سعر المنتج العالي ده .

## Market skimming makes sense only under certain conditions:

**First**, the products quality and image must support its higher price and enough buyers must want the products at the price.

**Second**, the costs of producing a smaller volume cannot be so high that they cancel the advantage of charging more.

**Third**, competitors should not be able to enter the market easily and undercut the price.

اولا : لازم الجوده و الصوره (البرستيج بتاعه) تكون بتدعم السعر العالي للمنتج ده ويكون الناس الي هتشتري المنتج راضيين بما فيه الكفايه عن سعر المنتج .

ثانيا : لازم تكون تكلفه الانتاج الي بستخدمها ف انتاج المنتج قليله مش عاليه عشان تفضل ميزه السعر العالي موجوده لان لو انا زودت تكاليف الانتاج علي المنتج وصرفت علي المنتج كتير وبعته بسعر عالي انا كده

مستفدتش حاجه وهيكون ربحي قليل جدا لكن لو انا صرفت علي المنتج بشكل كويس مكلفتوش اوي وجيت بعته بسعر عالي كده انا كده استفدت ارباح اكر ودي يعتبر ميزه مهمه واساسيه .

ثالثا : لازم المنافسين ميقدروش يدخلوا ال market بسهولة ويبيعوا المنتج بسعر اقل .

**Example,** when Apple first introduced the iPhone. Its initial price was as high as 599 per phone. the phones were purchased only by customers who really wanted the sleek new gadget and could afford to pay a high price for it. Six month later, Apple dropped the price to 339\$ for an 8-GB model and 499\$for the 16-GB model to attract new buyer. Within a year, it dropped prices again to 199\$and 299\$, respectively, and you can now get basic 8-GB model for with a wireless phone contract. In this way, Apple has skimmed the maximum amount of revenue from the various segments of the market.

مثال :عندي مثلا شركه Apple لما نزلت الايفون لأول مرة كان سعرها عالي جدا وصل ل 559 دولار والي اشترى ف الوقت ده فئه معينه من ال customers الي محتاجينه عشان يتظاهروا بيه وعندهم المقدرة الماديه انهم يشتروه بالسعر العالي ده. بعد 6 شهور نزلت سعره ل399 دولار اصدار 8 جيجا بايت وصدار 16 جيجا بايت بسعر 499 دولار لجزء من ال customers وف خلال سنه انخفضت مره اخري و بالطريقه دي شركه Apple بتستهدف ال customers بتوعها بتاخذ الطبقة العليا ثم الاقل ف الاقل.

## 2. Market-penetration pricing:

Involves setting a low price for a new product in order to attract a large number of buyers and a large market share.

النوع ده من ال market بيعمل علي انو يقلل السعر عشان يجذب عدد اكبر من ال customers ويكون عنده market share كبير(انتشاره بيكون واسع جدا).

**Example:** Samsung has used low initial price to make quick and deep inroads into emerging mobile device markets such as Africa and India.

وطبعا اكبر مثال للنوع ده من ال market هو شركه سامسونج الي بتعتبر الشركه الاوليه بانها تقدم منتج بسعر قليل مع جودة عاليه وبسبب كده قدرت تحقق نجاحات عميقه وكبيره ف بيع الاجهزة ف افريقيا والهند.

Rather than a high initial prices to skim off **small but profitable** market segments, some companies use market –penetration pricing.

فبدلا من اني استخدم اسعار اوليه مرتفعه بالرغم انها مربحه , بعض الشركات بتفضل انها تستخدم النوع الي بيشمل فئه كبيره من المجتمع.

The high sales volume in falling costs, allowing companies to cut their even farther

انا كشركه لما حجم المبيعات بيزيد بيسمحلي اقلل من تكلفه المنتج.

وبكده نكون خلصنا learning objective one وهنبدا ف learning objective two.

## Product mix pricing strategies:

The strategy for setting a product's price often must be changed when the product is part of product mix. the firm looks for a set of prices that maximize its profits on the total product mix. Pricing is difficult because the various products have related demands and costs and face degree of competition.

بتتغير عندي استراتيجيه تحديد السعر لما يكون المنتج جزء من مزيج المنتجات , وكمان الشركه بتحدد السعر علي اساس انها تحدد لنفسها ربح من اجمالي تكلفه المنتج , وكمان تسعير المنتج بيكون صعب لان المنتجات مختلفه وليها مطالب وتكاليف وعلي درجه عاليه من التنافسيه , وعندي خمس استراتيجيات بنحدد علي اساسهم .

**1-Product line pricing:** takes into account the cost differences between products in the line, customer evaluation of the feature, and competitors' price.

تحديد السعر علي اساس ال product line بياخد ف الاعتبار الفروق ف تكلفه المنتجات ف خط الانتاج و تقيمات العملاء للميزات المختلفه واسعار المنافسين.

- Companies usually **develop product line** rather than single product.

- الشركات بتحدد السعر علي حسب خط الانتاج مش منتج واحد, يعني زي العصير عندي مثلا العصير الي بطعم المانجو هو نفس الي بطعم التفاح وطعم البرتقال بيبقيوا مثلا بنفس السعر مش بيختلف باختلاف الطعم مثلا .

**2- Optional- product pricing :** takes into account optional or accessory product along with the main.

بيعمل النوع ده علي تسعير المنتج الاختياري و الثانوي مع المنتج الاساسي .المنتج الاختياري الي مقدرش استغني عنه و المنتج الرئيسي ميشغلش من غيره مثلا زي شاحن الموبايل او الثانوي هو منتج عادي ممكن استغني عنه مش هيسبلي اي مشكله مع المنتج الرئيسي زي مثلا ال cover بتاع الموبايل .

- Pricing option is a sticky problem. Companies must decide which items to include in the base price and which to offer as options.

ولان تحديد سعر المنتج الاختياري و الثانوي صعب جدا.الشركات بتقرر انها تضم النوعين دول للمنتج الاصلي وتقلل سعرهم .



**3-captive product pricing:** Sets prices of products that must be used along with the the main product.

بيعمل النوع دة علي تعيين سعر المنتج المكمل للمنتج الرئيسي والي من غيره المنتج ميعرفش يشتغل .

**Example:** of captive product is razor blade cartridges, videogames, printer cartridge, and e-book. Producers of the main products often price them low and set high markups on the supplies. Amazon introduced its kindle fire tablet for as low 199 \$, a loss of an estimated 10\$ per machine.it hoped to more than make up for the loss through sales of digital books, music, and movies to be viewed on the devices.

النوع ده بيعمل فيه ال producers علي انو بيخلي تكلفه المنتج الاساسي قليله وهامش الربح للمنتج علي ال supplies زي شركه امازون مثلا لما قدمت جهازها اللوحي كيندل فاير بسعر منخفض يصل الي 199 دولار وكده هو بيخسر ف كل اله 10 دولار. وهو بيتمني انو يعوض الخساره دي من خلال بيع الكتب الرقمية و الموسيقى والافلام ال بيتم مشاهدتها من خلال الاجهزه.

**4- By-Product pricing :**Sets a price for by-products in order to make the main product's price more competitive.

بحدد سعر المنتج الثانوي بحيث اخلي سعر المنتج الاصلي اكثر تنافسيه .

Producing product and service often generates by-product. If the by-product have no value and if getting rid of them is costly, this will affect pricing of the main product. Using by-product pricing, the company seeks a market for these by-products to help offset the costs of disposing of them and help make price of the main product more competitive. The by-product themselves can even turn out to be profitable –turning trash into cash.

احيانا في منتجات لما بننتجها بيطلع منها منتج ثانوي ملوش قيمه مش بيكلفني حاجه وانا بنتج المنتج الرئيسي وبالتالي انا اقدر استفاد منه بأني ابيعه واكسب فلوس فده هيخليني ابيع المنتج الرئيسي بسعر اقل وهيبقي مصدر revenue فدهيزودلي القدره التنافسيه.

**5- Product Bundle pricing :** Combines several products and offers the bundle at a reduced price.

بحدد سعر المنتج من خلال اني بجمع عدد من المنتجات مع بعضها واقدمها بسعر قليل.

**For example,** fast-food restaurants bundle a burger, fries, and a soft drink at a "combo" price.

مثال : مطاعم الوجبات السريعه بتقدم البرجر والبطاطس والبيبسي ف package واحد بسعر منخفض.



**End of chapter, Good luck!**

