Automatická cenotvorba

Vstupní data:

Náklady  
Marže  
Nejvyšší cena konkurence  
Nejnižší cena konkurence  
Skladové zásoby konkurence  
Cenová elasticita zboží

Náklady získáme sečtením nákupní ceny, ceny skladování, energií, daní, atd.   
Marži určíme podle prodejní strategie a cenové elasticity výrobku  
Cenu a skladové zásoby konkurence zjistíme z automatického sbírání dat z eshopů konkurence  
Cenová elasticita určuje, zda jsou zákazníci citliví na změnu ceny zboží

Použití:

Ceny lze měnit několikrát denně v závislosti na zvolené cenové strategii výrobků proti konkurenci a v závislosti na aktuálních skladových zásobách konkurence. Cenovou strategii je třeba nastavit tak, aby neohrozila reputaci společnosti, dlouhodobé škody by byly vyšší, jak možný krátkodobý zisk. Každému zboží je při naskladnění zadat limity ceny, ve kterých se může automatická cenotvorba pohybovat při stanovení ceny v porovnání s konkurencí a cenovou politikou.

Nestálost cen by při správně zvolené strategii neměla vadit, protože zboží by se v rámci zadaných limitů mělo stále prodávat se správnou marží.

Pokud cena konkurence klesne pod nákupní cenu, musí systém obsluhující automatickou cenotvorbu upozornit obsluhu eshopu k identifikaci důvodu slevy a reakci na přecenění která minimalizuje ztrátu.