

Издательский дом
«Имидж-Медиа»

Главный редактор:
Тимур Асланов
editor@image-media.ru

Заместитель главного редактора:
Карина Весновская
karina@image-media.ru

Редактор выпуска:
Елена Ненашева

Отдел подписки:
руководители:
Елена Говоркова,
Ольга Коновалова,
Татьяна Тренина

старшие менеджеры
Наталья Гайтова,
Елена Николаева

Елена Артамонова,
Мargarита Борискина,
Наталья Власова,
Екатерина Васильева,
Ольга Глаголева,
Наталья Кирюхина,
Татьяна Ломоносова,
Инесса Селедкина,
Татьяна Ягодина,
Татьяна Ямкина

Отдел продления подписки:
руководители
Наталья Беляева,
Марина Напылова

старший менеджер
Анна Карнова

Марина Безрукова,
Алена Белина,
Юлия Вахромова,
Юлия Гикова,
Алла Каравашикина,
Ирина Матвеева,
Елена Ракитянская,
Лариса Сидорова,
Галина Смирнова

Отдел доставки:
руководитель
Анастасия Тарычева
dostavka@reklamodatel.ru

Экономико-правовое
обеспечение:
Наталья Культина

Верстка:
Анна Турухтанова

Корректоры:
Оксана Киденко,
Марина Саулина

Адрес редакции:
127018, Москва, ул. Полковая,
дом 3, стр. 6, каб. 305.
Тел.: (495) 723-39-49, 726-90-52,
739-86-27

В случае возникновения
проблем с доставкой
издания просьба немедленно
сообщать на e-mail:
dostavka@image-media.ru
или по телефону (495) 723-17-15

Территория распространения:
Российская Федерация, Украина,
Белоруссия, Казахстан,
страны Балтии

Игорь Липсиц

**ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ К УРОВНЯМ ЦЕН**

5

Ольга Новичкова

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕОРИИ ИГР ДЛЯ РАЗРАБОТКИ
ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ**

21

Екатерина Бузукова

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА РОЗНИЧНОЙ КОМПАНИИ

26

Валентина Герасименко

**ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕН ПО ГЕОГРАФИЧЕСКОМУ
ПРИНЦИПУ: ПЯТЬ СТРАТЕГИЙ**

30

Николай Маренков

АНАЛИЗ ЦЕН КОНКУРЕНТОВ

33

ЦЕНОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

38

Эльвира Кондукова

**ABC-СИСТЕМА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: УСТАНОВЛЕНИЕ
АДЕКВАТНЫХ ЗАТРАТ НА ЕДИНИЦУ ПРОДУКТА**

41

СЕМЬ ОШИБОК ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

49

Елена Скриптунова

ТАКТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В МАГАЗИНЕ

51

Максим Жучков

**СТРАТЕГИЯ ВЫСОКОЙ И НИЗКОЙ НАЦЕНКИ
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ**

55

ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К СКИДКАМ

60

<i>Марат Абасалиев</i> РАСЧЕТ СТОИМОСТИ ИНТЕРНЕТ-ЭКВАЙРИНГА В КРАТКОСРОЧНОЙ И ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ	62
<i>Максим Жучков</i> ДЕМПИНГ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ	65
<i>Михаил Жигунов</i> КАК СДЕЛАТЬ ЛОЯЛЬНЫМИ 10 000 000 КЛИЕНТОВ?	69
<i>Эдуард Зварич</i> СТИМУЛИРУЮЩИЙ РАСКЛАД: СКИДКИ, ЛОТЕРЕИ, АКЦИИ	73
<i>Наталья Абрамова</i> ВЫГОДНАЯ СИСТЕМА СКИДОК	78
ЗАДАЧА: УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕМ	85
<i>Дмитрий Колодник, Денис Подольский</i> КАК ПЕРЕСТАТЬ КОНКУРИРОВАТЬ ПО ЦЕНЕ И НАЧАТЬ ПРОДАВАТЬ СВОИ ТОВАРЫ ДОРОГО	87
<i>Михаил Пискунов</i> СКИДКИ КАК КЛЮЧ К ЛОЯЛЬНОСТИ	91
<i>Александр Панкрухин</i> ЦЕНОВЫЕ ДЕЙСТВИЯ: МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА И ПЕРСПЕКТИВА	94
«ЕСТЬ СТИМУЛ!» КРУГЛЫЙ СТОЛ ЭКСПЕРТОВ	104
<i>Валентина Герасименко</i> ОЦЕНКА ЦЕНОВОЙ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ	110
<i>Елена Мамедова</i> ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СТИМУЛИРУЮЩИХ АКЦИЙ И ЛОТЕРЕЙ	113