

Business tool:

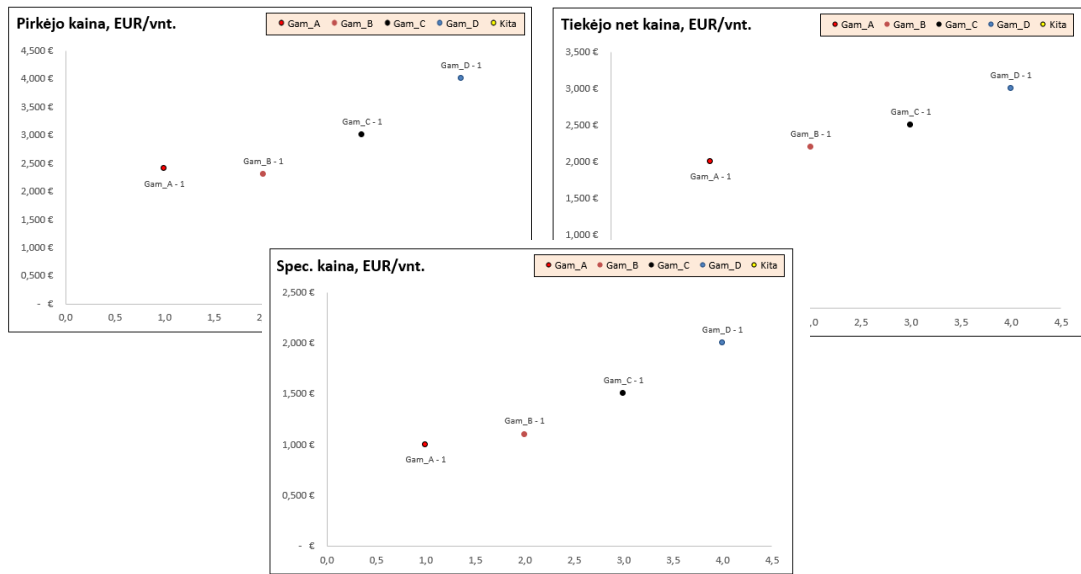
Price mapping: price vs. quality[©]

"Produktas 1", Rinkos apžvalga

MAX 5 diažiausi		Naudokite maksimaliai analogiškas specifikacijas.			Naudoti harmonizuota kainų.		
Gamintojai / Įmonės	Produkto pavadinimas	Klasė, PRE/GEN	Koef.	Spec. kaina, EUR/vnt.	Dilerio kaina, EUR/vnt.	Nauf. %	Pirkėjo kaina, Eur/vnt.
Gam_A	Gam_A - 1	PRE		1,000 €	2,000 €	17%	2,400 €
	Gam_A - 2	PRE				0%	
	Gam_A - 3	GEN				0%	
						0%	
Gam_B	Gam_B - 1	PRE		1,100 €	2,200 €	4%	2,300 €
	Gam_B - 2	PRE				0%	
		GEN				0%	
		GEN				0%	
Gam_C	Gam_C - 1	GEN		1,500 €	2,500 €	17%	3,000 €
	Gam_C - 2	GEN				0%	
	Gam_C - 3	GEN				0%	
						0%	
Gam_D	Gam_D - 1	PRE		2,000 €	3,000 €	25%	4,000 €
						0%	
						0%	
						0%	
Kita						0%	
						0%	
						0%	
						0%	

Kokybė (1-10)

Nurodyti kiekvienos iš suvokiamų kokybės dimensijų statistinį svorį (svarbą) kokybės suvokimui. (Skaičiai 1-10)									
55%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Bazinė funkcija	Kokybės dimensija 1	Kokybės dimensija 2	Kokybės dimensija 3	Kokybės dimensija 4	Kokybės dimensija 5	Kokybės dimensija 6	Kokybės dimensija 7	Kokybės dimensija 8	Kokybės dimensija 9
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
0,0									
0,0									
0,0									
0,0									
0,0									



Suvokiamos kokybės dimensijų pasiskirstymas

Statistinis svoris (svarba)	Suvokiamos kokybės dimensijos pavadinimas
55%	Bazinė funkcija
5%	Kokybės dimensija 1
5%	Kokybės dimensija 2
5%	Kokybės dimensija 3
5%	Kokybės dimensija 4
5%	Kokybės dimensija 5
5%	Kokybės dimensija 6
5%	Kokybės dimensija 7
5%	Kokybės dimensija 8
5%	Kokybės dimensija 9

Vidutinė gamintojo produktų kokybė

Konkurentai	Klasė, PRE/GEN	Kokybė
Gam_A	PRE	0,5
	GEN	0
Gam_B	PRE	1
	GEN	0
Gam_C	PRE	0
	GEN	1
Gam_D	PRE	4
	GEN	0
Kita	PRE	0
	GEN	0

Verslo įrankio **Price mapping: price vs. quality** © paskirtis

- ⇒ Price mapping: price vs. quality įrankis yra skirtas maksimaliai objektyviam įmonės tam tikros grupės produktų kainos ir kokybės santykio palyginimui su analogiškais konkurentų produktais.
- ⇒ Priklausomai nuo rinkos kompleksiško galima vertinti atskirus kiekvieno rinkos žaidėjo (MAX 5) produktus (MAX 5) arba, jei rinka yra labai kompleksiška, atskiras konkurentų grupes ir/ar jų produktų grupes.
- ⇒ Galutinai užpildytas įrankis leidžia susidaryti visos rinkos suvokiamos kokybės ir kainos žemėlapi ir jį struktūriškai analizuoti.

Verslo įrankio **Price mapping: price vs. quality** © pildymas

- ⇒ Price mapping: price vs. quality įrankio lentelės yra pildomos tik neryškia gelsva spalva pažymėti laukai. Negalima pildyti baltų laukų, nes yra didelė rizika, jog įrankio formulės susigadins ir įrankis taps nebenaudojamas.
- ⇒ Raudonai pažymėtus laukus galima koreguoti, tačiau rekomenduojama pasitarti su Price mapping: price vs. quality įrankio konsultantu, kai kuriais atvejais to daryti negalima.
- ⇒ Yra galimybė neryškia gelsva spalva pažymėtuose laukuose naudoti formules.
- ⇒ Suvokiamos kokybės dimensijos ir jų statistinis svoris
 - Įrankis leidžia vertinimui naudoti iki 10 skirtingų dimensijų, joms suteikiant atitinkamą statistinį svorį (svarbą). Svarba yra paskirstoma 100%, t.y. tai yra bendras/suminis statistinis svoris visiems atributams, kuris yra išskaidomas analizuojamoms kokybės dimensijoms. Jeigu analizuojama mažiau nei dešimt dimensijų tai nenaudojamoms dimensijoms suteikiama 0% svarba. Tokiu atveju atitinkama dimensija nebus analizuojama procese. Bet kokiu atveju bendra visų dimensijų suma negali viršyti 100%.
 - Dimensijos yra laisvai pasirenkamos, nes kiekvienai produktų grupei jos gali būti skirtingos. Taip pat produktas gali turėti skirtingas tikslines auditorijas, tuomet vertinant suvokiamos kokybės dimensijas svarbu įsivertinti ir atskirų tikslinių grupių suvokiamos kokybės dimensijų svarbą ir tai atitinkamai atvaizduoti produkto kokybės vertinime. Paprastai tam gali būti naudojami įvairūs tyrimai, „kompleksinio spėjimo“ metodika ar ekspertinis vertinimas.
 - Kadangi paprastai analizuojami produktai turi tam tikrą bazinę funkciją, kuri iš esmės lemia produkto poreikį ir paprastai yra svarbiausia, šį kokybinį parametą rekomenduojama turėti pirmą ir jam suteikti didžiausią svarbą.

Verslo įrankio **Price mapping: price vs. quality** © nauda

- ⇒ Šis įrankis buvo konstruojamas ir labiausiai atitinka gamintojo/pardavėjo norinčio analizuoti savo distribucijos tinklo konkurencinę aplinką, iš principo jis tinka analizuoti ir produktus, kurie turi tokį patį suvokiamos kokybės dimensijų paketą, bet gali turėti keletą skirtingų kainodaros schemų būdingų rinkai.
- ⇒ Skirtingos kainodaros planus taip pat galima pritaikyti ir norint palyginti du skirtingus žemėlapius vertinant produkto (-ų) pozicionavimą ar skirtingus rinkos vystymosi scenarijus.
- ⇒ Kadangi šis įrankis yra adaptyvus dėl tinkamiausio jo pritaikymo visuomet rekomenduojama pasitarti su Price mapping: price vs. quality įrankio konsultantu.

Verslo įrankio **Price mapping: price vs. quality** © interpretavimas

- ⇒ Šis įrankis yra patogus tuo, kad tinkamai užpildžius lentelę ir atitinkamai susiderinus kainos ir kokybės skales grafikuose gaunamas gana plačiai išbarstytas žemėlapis,

kuri leidžia vizualiai matyti analizuojamų produktų konkurencingumą suvokiamos kokybės ir kainos santykio aspektu.

⇒ Sudarytas žemėlapis gali būti labai plačiai pritaikytas priimant įvairius verslo valdymo/plėtos sprendimus, tačiau net pirminė jo analizė gali suteikti keletą naudingų įžvalgų:

- Įmonės turimo produktų portfelio harmonizavimas

Price mapping: price vs. quality įrankis leidžia nesunkiai įvertinti, ar įmonės parduodami produktai pagal jų suvokiamą kokybę yra tinkamai įkainoti vienas kito atžvilgiu. Tai reiškia, kad analizuodami produktų išsidėstymą žemėlapyje įmonės produktų kaina yra proporcinga jų suvokiamai kokybei ir atitinką jų vertę pagal tiriamus parametrus.

- Įmonės turimo produktų portfelio išbaigtumas

Price mapping: price vs. quality įrankis leidžia nesunkiai įvertinti ar įmonė turi pakankamai išbaigtą produktų portfelį patenkinantį visus klientų segmentus.

- Įmonės produktų pozicija atitinkamų konkurentų analogų atžvilgiu

Price mapping: price vs. quality įrankis leidžia nesunkiai įvertinti kiekvieno iš produktų konkurencingumą analogiškų produktų atžvilgiu.

- Įmonės produktų strategijos formavimas

Price mapping: price vs. quality įrankis leidžia nesunkiai susidėlioti produktų konkuravimo strategiją.

- Įmonės produktų kokybinių parametrų analizė

Price mapping: price vs. quality įrankis leidžia nesunkiai susidėlioti esminius kiekvieno iš įmonės produktų konkurencinius pranašumus ir nustatyti kurias produkto savybes galime manipuluoti siekdami didinti jo konkurencingumą, taip pat padeda susidėlioti gaires komunikacijos planui.