



2023 KOMARTXOA

# Enfoka-Trends

*Prezio dinamikoak: e-Commerce-aren bultzada berria?*

# Prezio dinamikoak: e-Commerce-aren bultzada berria?

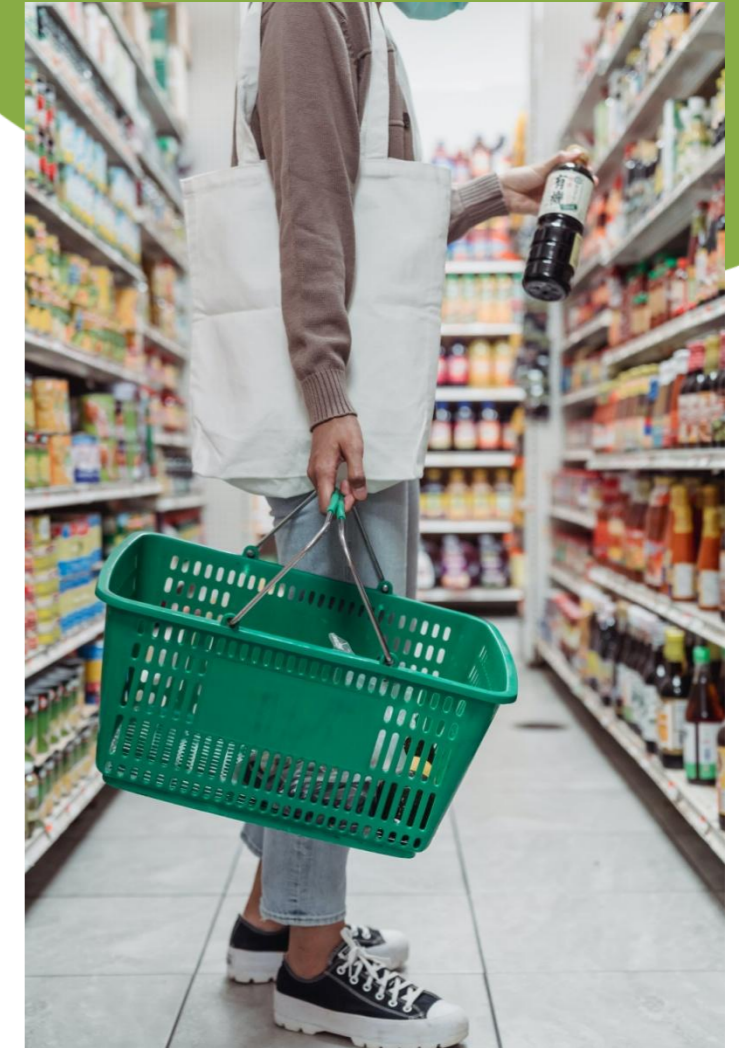
Prezioa ez da kontsumitzaileek erosketa bat egitean aintzat hartzen duten faktore bakarra, baina gutako gehienok antzeko produktuak alderatzeko erabiltzen dugu prezioa.

Hubspot-en arabera, kontsumitzaileen % 80k dio prezio lehiakorrak direla erosteko erabaketan eragiten duten faktorerik garrantzitsuena. Gainera, kontsumitzaileen erdiak baino gehiagok prezioak eragin garrantzitsutzat jotzen dituzte erosteko erabakiak hartzen dituztenean.

Prezioen erabaki estrategikoek hainbat modutan eragiten diete zure e-commerce delakoaren emaitzei. Prezioen estrategia ahalik eta errentagarritasun handiena bermatzeko ezar daiteke. Era berean, bere produktu edo zerbitzuen prezioa modu lehiakorren finkatzen ez badu, bezeroak gal ditzake eta irabazi-marjina murriztu.

Prezio dinamikoak, merkatuko prezioak edo prezio lehiakorrak ere esaten zaienak, ez dira prezioen estrategia berri bat, baina merkataritza elektronikoaren munduan hazten ari den joera bat dira. Prezio dinamikoak prezio-estrategia bat dira, eta, bertan, enpresa batek bere produktuen prezioa aldatzen du, eskaintzaren, eskariaren, erosteko dataren eta orduaren, bezeroen segmentuen eta merkatuan eragina duten beste faktore batzuen arabera.

ENFOKA-TRENDS 2023ko MARTXOA



[Kevin Malik](#) argazkia [Pexels-en](#)



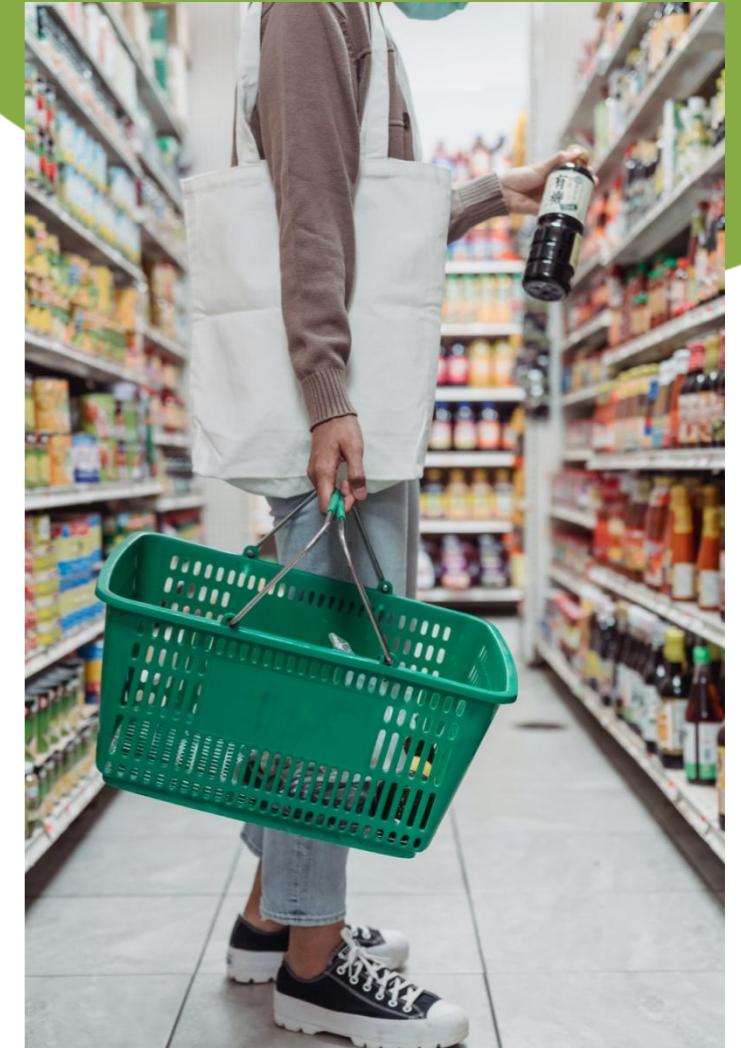
# Prezio dinamikoak: e-Commerce-aren bultzada berria?

Prezio dinamikoak 1980an hasi ziren, airelineak txartelen prezioen gaineko kontrola izaten hasi zirenean. Lehen, pertsona bat zen horren arduraduna, eta bere senean, hegaldiaren orduan, bidaiaren iraupenean eta pertsona batek bidaiatzeko erreserba baterantz duen gertutasunean oinarritutako erabakia hartzen zuen. Hala ere, 1990ean, Internet sortuz eta merkataritza elektronikoa sortuz, airelineak prezio dinamikoak erabiltzen hasi ziren.

Gaur egun, Amazon, Uber, Airbnb eta Google bezalako enpresa handiak estrategia hori erabiltzen ari dira gehiago saltzeko eta irabazi gehiago lortzeko. Baina prezio dinamikoak ez dira bidaiaren presentzat edo merkataritza elektronikoen erraldoientzat bakarrik, eta ez dute zertan produktu bakoitzaren prezioa egunean hainbat aldiz aldatuko duen software ultrasofistikatu bat behar. Tradiziozko txikizkariak ere izugarriko irabaziak lor ditzakete merkatariek jakinarazitako datuetan oinarritutako algoritmoetatik, maiztasun maila jakin batekin hautatutako produktuetarako prezio-aldaketak gomendatzen baitituzte.

Prezio dinamikoek lehiarako abantaila eman badezakete ere, omnikanaleko txikizkari gutxiak garatu dute tresna hori. Ez dago mundu guztiarentzat aplikatu beharreko ikuspegi bakar bat, baina alde on eta txarrei arreta jartzeak arrakasta izateko aukerak nabarmen areagotu ditzake.

ENFOKA-TRENDS 2023ko MARTXOA



[Kevin Malik](#) argazkia [Pexels-en](#)

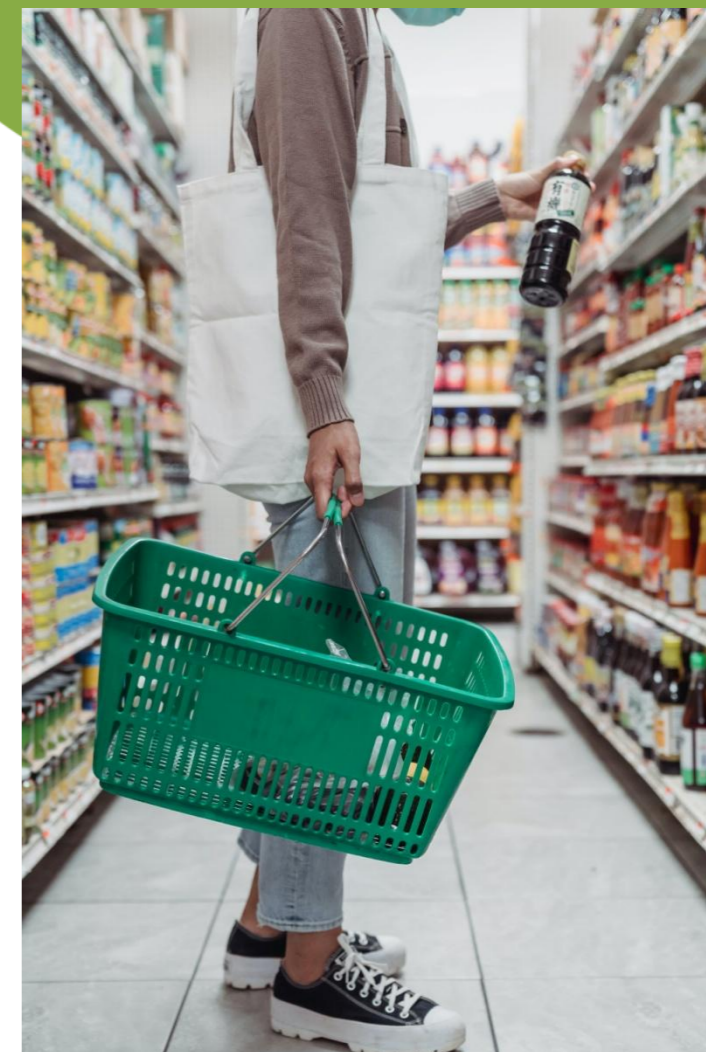


# Prezio dinamikoak: e-Commerce-aren bultzada berria?

ENFOKA-TRENDS 2023ko MARTXOA

Prezio dinamikoez baliatu diren txikizkariak arau hauek bete ohi dituzte:

- Jendearentzako salmenta-prezioan kontzentratzea, ez artikuluen prezioan: erosteko erabakiak jendearentzako salmenta-prezio osoan oinarritzen dira, zergak, bidalketa-kostuak, zerbitzu-karguak eta prezio osoari erantsitako edozein tarifa gehigarri barne.
- Kontsumitzailearen itxaropenak kontuan hartzea: Artikulu batzuk besteak baino hobeak dira prezioak maiz aldatzeko. Arropan, adibidez, moda-gaien prezioak aste batetik bestera alda daitezke, baina oinarrizko artikuluen prezioak (kamiseta errazak edo barruko arropa, esaterako) egonkorragoak izan beharko lirateke. Algoritmoek gomendatutako prezio-aldaketak merkatariak berrikusi eta onartu behar ditu ezarri aurretik. Horrela, txikizkariak kontsumitzaileen erreakzio negatiboa saihestu dezakete, itxuraz oportunistak diren prezioen igoerekin datorrena.
- Zure bidaia planifikatzea: saiatu ulertzen merkatuan duzun lehia-posizioa eta kontsumitzaileek zure markaren prezioari buruz duten pertzepzioa, eta, ondoren, pentsatu prezio dinamikoaren bidaia.
- Probatu eta findu: Prezioen finkapen dinamikoa artea eta zientzia da, eta horrek esan nahi du probako eta ikaskuntzako ikuspegia funtsezkoa dela ondo egiteko.



[Kevin Malik](#) argazkia [Pexels-en](#)



# Prezio dinamikoak: e-Commerce-aren bultzada berria?

ENFOKA-TRENDS 2023ko MARTXOA

Prezio dinamikoak ezartzean, egin ohi diren akats komun batzuei ere erreparatu behar diegu:

- Ez iraindu bezeroa: Kontsumitzaileek aireko tarifak etengabe aldatzea espero dute, baina pastarako saltsa-pote baten edo xanpu-botila baten prezioa nahiko konstante mantentzea espero dute. Ziurtatu algoritmoak gomendatutako prezio-mugimendu guztiak zure markarekin eta nahi duzun bezeroaren esperientziarekin lerrokatuta daudela.
- Prezioak ez aldatzea prezioak aldatzeagatik bakarrik: Kostuak, erabilgarritasuna, lehiaren prezioak edo eskariaren beste bultzatzaile batzuk aldatzen ez badira, produktuen prezioak ere ez dira aldatu behar. Beste aholku bat, itxuraz bistakoa, ez ahaztu kontsumitzaileei informazioa ematea prezioak jaitsi direnean. Funtsezko hainbat artikuluren prezioak murrizten baditu, baina ez badu hori iragartzen, kontsumitzaileak ez dira ia ohartuko eta prezioak alferrik murriztuko dira.
- Ez utzi datu okerrek beren prezioak diktatzen: Gutxietsi produktuaren kostuak, bidalketa-tarifak edo bezeroarentzako zerbitzu-gastuak, sortu marjina profil bat artifizialki erakargarria, eta algoritmoek gomendatu dezakete produktuen prezioak murriztea, eta horrek marjina galera handiak eragingo lituzke.



[Kevin Malik](#) argazkia [Pexels-en](#)



# Prezio dinamikoak: e-Commerce-aren bultzada berria?

ENFOKA-TRENDS 2023ko MARTXOA

Ahalik eta etekinik handiena lortzeko prezio egokiak ezartzerakoan, prezio optimo horiek kontsumitzaileentzat erakargarriak izan daitezzen zaindu behar da, lehiakideenak baino hobeak, eta produkzio-gastu eta -kostu guztiak estali ditzaten. Era berean, prezio optimoak aldakorra izan behar du, merkatu-dinamikak berak bezala, eskaintzaren eta eskariaren baldintzetara egokitzeko. Prezio optimo hori lortzeko, honako hauek hartu behar dira kontuan:

- Hautemandako balioa, hau da, bezeroek produktu edo zerbitzu bakoitzari ematen dioten balioa.
- Lehiakideen prezioak. Prezio antzekoak, handiagoak edo baxuagoak aukeratzeko lagunduko diote, bere helburuen arabera.
- Eskariaren kurba, kontsumitzaileen prezioarekiko eta testuinguru sozioekonomikoarekiko sentikortasun handiagoan edo txikiagoan oinarrituta aldatzen dena.

Era berean, kontuan hartu behar da prezio dinamikoak aplikatzeko hainbat modu daudela, eta hauek dira egoera nagusiak:

- Gehieneko prezioak edo igoerakoak: zerbitzua gehien kobratzen den orduen edo aldien arabera.
- Prezio segmentatuak: bezero batzuen gastu-ahalmenean oinarrituta, beste batzuen aldean.



[Kevin Malik](#) argazkia [Pexels-en](#)



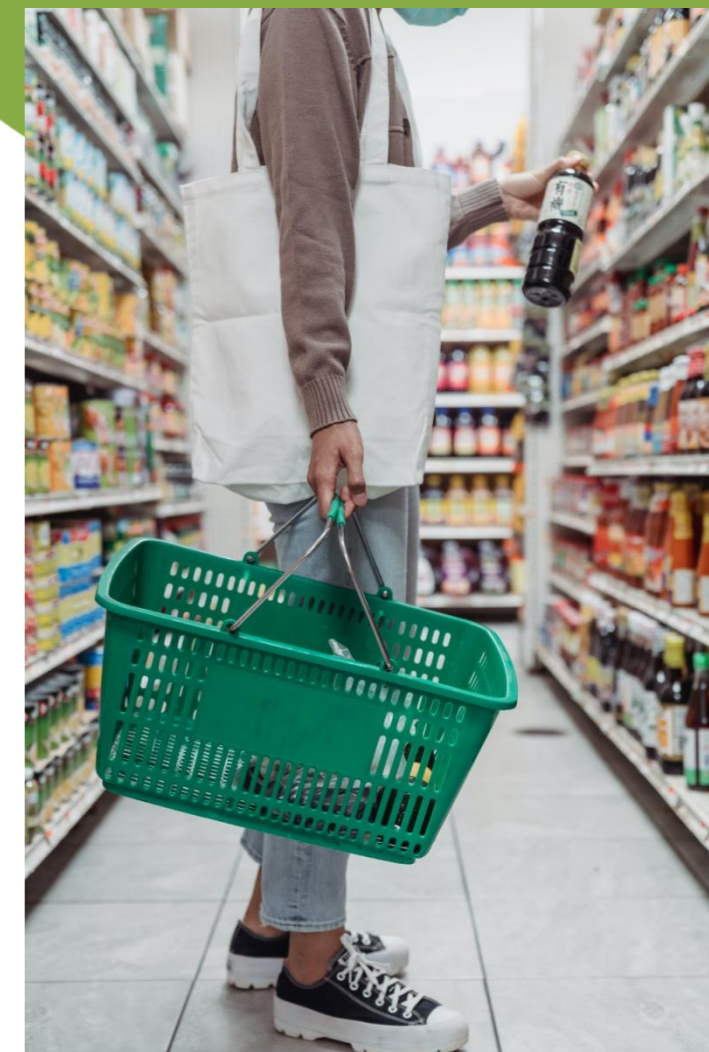
# Prezio dinamikoak: e-Commerce-aren bultzada berria?

- Denboran oinarritutako prezioak: zerbitzu azkarragoa eskaintzea kargu altuago batengatik.
- Baldintza aldakorrak: adibidez, faktore makroekonomikoen ondorioz salmentak desazeleratzen hasten direnean aplikatzen da, joerarekin egunean mantentzeko eta merkatua hobetzen denean berriro gorantz doitzeko.
- Sartze-prezioak: zerbitzuaren prezioa jaitea merkatu batean sartzeko marketin-gastu moduko bat balitz bezala.

Prezio-estrategia bat erabiliz online saldu nahi dituzun produktueterako pricing egokia aurkitzea gai konplexua da, ekoizpen-kostuez gain askoz faktore gehiagoren mende dagoelako.

Jakina, online salmentak finantzarioki merezi behar du, baina merkatuan lortu nahi den posizioak, bezeroen erosteko ahalmenak eta lehiakideen prezioek ere zeregin erabakigarria dute. Kontuan izan zure eskaintzaren prezioa ez dela soilik kostuen eta irabazien kalkulu bat, baizik eta zuhurtziaz erabili beharreko tresna estrategiko baliotsu bat.

ENFOKA-TRENDS 2023ko MARTXOA



[Kevin Malik](#) argazkia [Pexels-en](#)



# Bibliografia

- **Simón Gómez (Pricetweakers, 2022)** *Grandes empresas que han aplicado satisfactoriamente la estrategia los precios dinámicos.* 2023ko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua <https://pricetweakers.net/es/blog/grandes-empresas-que-han-aplicado-satisfactoriamente-la-estrategia-los-precios-din%C3%A1micos>
- **S.Bondi, M.Goldrick, J.Wilkie, B.Sen y E.Reasor (Mc Kinsey & Company, 2023)** *The dos and don'ts of dynamic pricing in retail.* 2023ko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-dos-and-donts-of-dynamic-pricing-in-retail>
- **Maria Jose Guerrero (Reactev, 2022)** *Qué es la dinámica de mercado y cómo puedes optimizar tus precios.* 2023ko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua <https://www.reactev.com/es/blog/dinamica-de-mercado-en-pricing>
- **Gennaro Cuofano (Four Week MBA, 2022)** *Precios Dinámicos: ¿Está llegando a su fin el legado de las etiquetas de precios?* 2023ko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua <https://fourweekmba.com/es/Precio-dinamico/>
- **Netgate (2022)** *Tres modelos de precios para implementar en tu tienda online.* 2023ko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua <https://eneecommerce.com/modelos-precios>
- **UELZ (2022)** *7 estrategias de precios online para vender online.* 2023ko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua <https://www.uelzpay.com/blog-es/estrategias-precios-vender-online>
- **Catalate (2021)** *Precios Variables vs. Precios Dinámicos: ¿Cuál es la diferencia?* 2023ko martxoaren 30ean hemendik berreskuratua <https://www.catalate.com/es/blog/precios-variables-vs-precios-dinamicos-cual-es-la-diferencia/>