

# Fiyatlandırma Stratejisi Nedir?

Calisma Kagidi

Fiyatlandırma stratejisi, maliyetler, pazar talebi, müşteri tarafından algılanan değer ve rakip fiyatlaması temel alınarak ürün fiyatlandırılmasının sistematik yöntemidir. Yaygın yöntemler: değer-tabanlı (algılanan değer), maliyet-arti (maliyete kr marjı ekleme) ve rekabetçi (pazar fiyatlarına uyum).

## Sorular

1. Hangi fiyatlandırma yöntemi müşteri talebini göz ardı eder?

- A) Değer-tabanlı
- B) Maliyet-arti
- C) Sızma
- D) Psikolojik

2. Yeni bir dijital hizmet 4 /ay ile başlar, müşteri kazandıktan sonra fiyatı yükseltmeyi planlıyor. Strateji adı?

- A) Değer-tabanlı
- B) Premium
- C) Sızma
- D) Çikartma

3. Apple, iPhone'ları üretim maliyetinin çok üstünde 15.000 + fiyatla satıyor. Strateji?

- A) Maliyet-arti
- B) Değer-tabanlı
- C) Rekabetçi
- D) Paket

4. Müşterilerin ödemeye istekli oldukları derin bilgi gerektiren strateji hangisi?

- A) Maliyet-arti
- B) Rekabetçi
- C) Değer-tabanlı
- D) Dinamik

5. Bir kahveci, bir fincan kahve yapmak için 5 harcıyor, 12 'ye satıyor. Kr marjı yüzdesi nedir?

6. Bir teknoloji markası kendini prestijiyile konumlandırır ve rakipleri 6.000 carparken 8.500 talep eder. Strateji adı nedir?

7. Bir üretici bir ürünü 250 'ye maliyetle üretir, %60 kr marjı ekler. Satis fiyatı nedir?

8. Tanımla: Değer-tabanlı fiyatlandırma nedir?

9. Tanımla: Maliyet-arti fiyatlandırmaya bir örnek verin.

10. Tanımla: Sızma fiyatlandırması nedir?

## Cevap Anahtari

1. B) Maliyet-arti - Maliyet-arti sadece maliyete bir kr marji ekler, musterilerin urunu ne kadar istedigini umursamaz.
2. C) Sizma - Sizma fiyatlandirmasi: su anda dusuk fiyat pazar payi kazanmak icin, sonra artirma.
3. B) Deger-tabanlı - Deger-tabanlı: yuksek fiyat marka prestiji ve algılanan kaliteyi yansitir.
4. C) Deger-tabanlı - Deger-tabanlı fiyatlandırma musterilerin adil deger olarak gorduklerini belirleme pazar arastirmasi talep eder.
5. Maliyet = 5 , Fiyat = 12 Kr =  $12 \cdot 5 = 7$  Kr % =  $(7/5) \cdot 100 = \%140$
6. Marka rakiplerinden DAHA FAZLA fiyatla almaktadır, ustun deger ve marka sayginligi temelinde. Bu DEGER-TABANI fiyatlandırmadır.
7. Maliyet = 250 Kr Marji =  $250 \%60 = 150$  Fiyat =  $250 + 150 = 400$
8. Urunun musteriler tarafından algılanan degerine gore fiyat belirleme, sadece uretim maliyetine degil.
9. Bir magaza gomleleri 50 'ye alip  $\%100$  kr marjiyla 100 'ye satması.
10. İlk olarak pazar payini hizlica kazanmak icin dusuk fiyat belirlemek, sonra yükseltmek.

### Bounlu

Tum kartlar, adim adim cozumler ve AI hoca destegi Notek uygulamasında.  
Sinav tarihlerini Promy otomatik hatirlaticiya ceviris.