**ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

Για τη διαμόρφωση της τιμολογιακής της πολιτικής, η διοίκηση της επιχείρησης πρέπει να :

* προσδιορίσει σαφώς (1)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ της τιμολόγησης
* αναλύσει (2)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ της ζήτησης για κάθε προϊόν ή υπηρεσία
* εκτιμήσει (3)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* αναλύσει (4)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ σε επίπεδο τιμών και προσφορών
* επιλέξει (5)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* προσδιορίσει (6)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ του προϊόντος ή της υπηρεσίας ꞏ

Συνεπώς, πριν περάσουμε στη διαμόρφωση της πολιτικής τιμών, σκόπιμο είναι να αναφερθούμε

εν συντομία σε αυτές τις βασικές έννοιες

τη μέθοδο τιμολόγησης την τελική τιμή τις συνθήκες του ανταγωνισμού το κόστος τους προσδιοριστικούς παράγοντες τους στόχους

----------Κλειδί----------