

تعتمد هذه الاستراتيجية التسعيرية على أسعار المنافسين كمحدد رئيسي، متجاهلةً بشكل أساسي الطلب والتكلفة. تُعدّ أسعار السوق دليلاً حاسماً، ولا تتغير أسعار المنشأة إلا بتغير أسعار المنافسين. مع ذلك، قد تُحدد المنشأة أسعاراً أعلى أو أقل أو مساوية لأسعار السوق، بناءً على عوامل مثل نوعية الزبائن وخطّة التسويق وولائهم.