

تبدأ هذه الاستراتيجية بتحديد سعر مرتفع المنتج عند تقديمها بسرعة في السنوات الأولى من دورة حياته ثم تقوم بعدة بالتدريج لتتماشى مع الظروف التنافسية في السوق والجذب الذي تسعير المنتجات عالية التقنية والتي يكون معدل التغير التكنولوجي الصناعي التي تكون فيها وفورات الحجم غير متوفرة عندما يكون الطلب على السلعة غير مرنة حينما تكون الطاقة الإنتاجية للشركة محدودة عندما تكون عوائق الدخول في السوق كثيرة تتطلب هذه الاستراتيجية تقديم المنتج الجديد في السوق بسعر مختص في البداية لجذب المستهلكين وإغرائهم بشرائه والإقبال عليه لأن عوائق دخول المنافسين في السوق غير موجودة وبعد أن يكسب المنتج ثقة المستهلكين وولاءهم يبدأ في رفع السعر تدريجياً بقدر ما تسمح به ظروف السوق وتستخدم