أن السعر وأهميته للمستهلك النهائي يجب أن يدفع الجهات المعنية بعملية التسعير لإتباع عدد من السياسات التسعيرية الحافزة مثل تطبيق سياسة السعر الكاسح والهادفة إلى بيع أكبر كمية ممكنة من الفصول مع تحقيق هامش ربح معقول بالإضافة إلى زيادة الحصة السوقية للماركة بأسرع وقت ممكن وفيما يتعلق بالمستهلكين من ذوي القدرات الشرائية المتمركزة أو الضعيفة فيتوجب على الجهات المعنية لتسعير مثل هذا النوع من السلح دراسة كيفية التعامل مع هذه القدرات الشرائية الضعيفة والذي قد يتم من خلال وضع أسعار عادلة و تشجيعية

Summarized by © lakhasly.com