وغالبا ما تستخدم زيادة الإيرادات في تطوير المنظمات والفعاليات التدريجي والمستدام لهوية علامة تجارية أو حصة في السوق. أما تعظيم الإيرادات فيستخدم لتنمية الفعاليات بسرعة كبيرة، فالتركيز قد لا يكون دائما على تعظيم الربح أو حتى على تحقيقه. وهناك عدة أسباب تجعل تعظيم الإيرادات عملية مهمة لأي فعالية. تعويض التكاليف الهالكة يمكن التخطيط للفعاليات على مدار فترة زمنية طويلة، الأمر الذي يؤدي إلى تكاليف هالكة عديدة. وتشمل التكاليف الهالكة الأجور والمرتبات المدفوعة للعمل التحضيري ومدفوعات التأمين والتراخيص الحكومية، إن تعظيم فرص الإيرادات في إحدى الفعاليات من خلال توفير فرص عديدة لزيادة الدخل يعني أن هناك احتمالية أكبر لبلوغ نقطة التعادل وبمجرد بلوغ تقول التعادل يمكن جني الأرباح والأهم من ذلك أن نقطة التعادل تعني عدم خسارة منظم الفعالية لأي مبلغ من رأس المال زيادة قاعدة العملاء بعد تعظيم الإيرادات طريقة بسيطة لزيادة قاعدة العملاء) ونظرا لأن الربح) الاعتبار الرئيس فيمكن للفعالية أن تقدم أسعارا مخفضة لجذب العملاء الذين؟ ينفقون الأموال عادة على منتجاتهم. هيمنة السوق تميل الفعاليات القائمة التي تريد أن تظل رائدة في السوق إلى اختيار تعظيم الإيرادات. وتعني الأسعار المخفضة في الفعاليات التي تحافظ فيها الميزانيات ـ الفعالة على انخفاض التكاليف أن المنافسين الذين لديهم تكاليف ثابتة أعلى . سيضطرون إلى الخروج من السوق مما يسمح للفعالية بأن تصبح مهيمنة على الصناعة ورائدة في السوق وبمجرد أن تصبح الفعالية رائدة في السوق ويمكن بعدها تغيير الهدف من تعظيم الإيرادات إلى هدف آخر زيادة الأرباح إن معظم الفعاليات مصممة لتحقيق ربح للمنظمين ويمكن أن تعني زيادة الإيرادات زيادة في الأرباح وتتسم فعاليات عديدة بتكاليف ثابتة كبيرة جدا ينبغي تغطيتها قبل تحقيق أي ربح ومن المفترض أن تغطي معظم المنتجات أو الخدمات المباعة التكاليف المتغيرة ذات الصلة بالإضافة إلى المساهمة في التكاليف الثابتة وبمجرد أن تتساوى المساهمة في التكاليف الثابتة مع إجمالي التكاليف الثابتة المتكبدة في الفعالية يبدأ تحقيق الربح ، لذلك عندما تكون هناك قرص كبيرة لتوليد الإيرادات يمكن زيادة إجمالي الربح على الرغم من انخفاض المساهمة الفعلية من كل عملية بيع. هناك طرائق عديدة يمكن من خلالها تعظيم الإيرادات، ورغم فوائد ذلك، إلا أن تعظيم الإيرادات لا يُعد دائما هدفًا أساسيًا مناسبًا لجميع الفعاليات من المهم التركيز أولا على الهدف العام من الفعالية وكيف تتوافق الإيرادات مع هذا الهدف. هناك فوائد عديدة لاختيار المنظمات والفعاليات الإيرادات هدفًا أساسيا وعلى الرغم من عدم مناسبة الفوائد لجميع الفعاليات، النمو السريع ولأن العملاء يهتمون بالسعر فإن السعر المخفض سيجذب مزيدا منهم. تزداد الحصة السوقية للفعالية مما سيسمح للمنظمة بالاستفادة من وفورات الحجم ميزة تكلفة تتمتع بها شركة عندما تزيد مستوى مخرجاتها). العرض ومع ذلك لن يتمكن كثير من الأشخاص من السفر إلى المكان لأسباب تتراوح بين القدرة على تحمل التكاليف وعدم توفر التذاكر. ومع زيادة اهتمام وسائل الإعلام، وفي بعض الحالات تدفع القناة مقابل بث الفعالية ثم تفرض رسوما رمزية على عملائها للمشاهدة على منصتها. زيادة شهرة العلامة التجارية وهذا ما يؤدي إلى جعل الجمهور خلصا للعلامة التجارية حيث يرغب المعجبون في الارتباط بنمط حياة أو فعالية ياضية معينة. تعتمد الرعاية والمبلغ المدفوع مقابل الحق في رعاية فعالية ما على عدد العملاء المحتملين الذين يشاهدون الفعالية. فيكون لها جمهور عالمي يمكنه نشر اسم العلامة التجارية للراعي بسرعة كبيرة ومساعدته على الارتباط بنشاط رياضي أو ثقافي معين. عوائق تعظيم الإيرادات كهدف أساسي رغم وجود العديد من الفوائد لتعظيم الإيرادات كهدف أساسي، إلا أن هناك عوائق تحول دون استخدام هذه الطريقة. فسيكون هناك عدد من الآثار السلبية المحتملة على العلامة التجارية. نقص الأرباح وفي نهاية الأمر، لماذا تستثمر المنظمة وتخاطر بمبلغ كبير من رأس المال مقابل تحقيق عائد ضئيل أو عدم تحقيق عائد أصلا؟ الإضرار بالاستدامة طويلة الأجل وعند زيادة الأسعار من أجل التركيز على تحقيق الأرباح أو تعظيمها ، مما يؤدي إلى بحث هؤلاء الأشخاص عن بدائل ذات أسعار تنافسية؛ مشكلات التدفق النقدي يركز تعظيم الإيرادات بطبيعته على زيادة حصة السوق على حساب الربح. وبدون الأرباح، لا يكون لدى الفعاليات الأموال اللازمة لتنمية أفكارها وعناصرها الأساسية أو تطويرها. بينما تتحسن سمعة العلامة التجارية وتزداد حصتها في السوق، يتوقع زوار الفعالية التالية إجراء تحسينات لذا يلزم أن يكون كل تكرار للفعالية أكبر وأفضل مما كانت عليه في السابق.

Summarized by © lakhasly.com