

Pricing Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Preisstrategie

Wie kann unsere Preisstrategie die Unternehmensstrategie unterstützen?
Was sind unsere Ziele (Umsatz, Profit, Marktanteil)?

Next Best Alternative (NBA)

Was ist die Next Best Alternative des Kunden zum Kauf unseres Produkts?
Welchen Zusatznutzen bietet unser Produkt?
Wie können wir diesen Wert quantifizieren?

Product Value

Wie können wir den Wert unserer Produkte für den Kunden quantifizieren?
Haben wir einen Toolbaukasten (Van Westendorp, Conjoint, Expertenschätzung, etc.), den wir produktspezifisch einsetzen können?

Konditionen und Rabatte

Wofür wollen wir Rabatte geben und wer soll sie bekommen?
Welche Rabattstufen und Rabattgrenzen sollen zum Einsatz kommen?
Wer darf Rabatte geben und wie wird eskaliert?

Value Selling

Wie können wir Produktnutzen und nicht Features in den Vordergrund stellen?
Wie können wir den Produktwert optimal kommunizieren?
Welche Fähigkeiten benötigt der Vertrieb, um den Wert des Produkts zu vermitteln?

Zielkunden

Wie ist die Zahlungsbereitschaft der einzelnen Segmente?
Wie können unsere Preise so differenziert werden, dass sie die Zahlungsbereitschaft aller Kunden optimal treffen?

Innovative Preismodelle

Wo können wir von einem reinen Verkauf weg zu einer Bepreisung der Nutzung, sogenannte XaaS Modelle?
Welche zugehörige Preismetrik ist für den Kunden und uns gleichermaßen vorteilhaft?

Organisation und Prozesse

Wer ist für das Pricing verantwortlich?
Welche Pricing-Prozesse haben wir?
Wie kann eine nachhaltige Pricing-Kompetenz im Unternehmen aufgebaut werden?

KPI und Governance

Welche Kennzahlen müssen wir uns regelmäßig anschauen (Rabattdurchsetzung, Aufschlagssätze, etc.)
Welches Regelwerk ist notwendig, um langfristig reibungsloses Preismanagement im Unternehmen sicherzustellen?