

FLUJO DE INGRESOS

En primer lugar, utilizaremos una estrategia de prestigio o diferenciación. Mediante ella, aumentaremos los precios de nuestros productos respecto al resto de productos del mismo mercado. Todo ello, con un claro objetivo, remarcar aquello que nos diferencia, un proceso productivo y material sustentable paralelo a una máxima calidad del bien ofrecido.

Por otro lado, lo complementaremos con una estrategia de precio promocional con el propósito de potenciar las ventas de nuestros productos. Reduciremos temporalmente los precios de algunos de nuestros productos y ofreceremos a nuestros clientes la oportunidad de comprar durante un periodo de tiempo limitado un conjunto de los productos a un menor precio. Mediante esta estrategia, conseguiremos captar nuevos clientes y fidelizar las relaciones con ellos.

Por último, utilizaremos la estrategia de los precios psicológicos. Esto consiste en hacer parecer nuestros productos más baratos de lo que realmente son. Por ejemplo, en nuestros neoprenos, en vez de venderlos a un precio de 120€, los venderemos a 119€.