

Enpresa batean bezero potentzialak eskaintzen den produktu edo zerbitzua ordaintzeko prest egotea hainbat faktoreen menpe dago: produktuak edo zerbitzuak duen balioa, merkatuan dagoen lehiakidearen prezioak, bezeroaren aurrekontua eta beharrak.

Prezio-politikak ere eragina du; estrategia txikiagoak edo altuagoak erabil daitezke, baita malguak ere (ordainketa zatituta, deskontuak, etc.). Bezeroak ordaintzeko prest egon daiteke, baldin eta eskaintza egokia den, kalitateak edo balioak justifikatzen duela, eta ordainketa modu erraz eta eskuragarri egin daiteke.