

BOOK-KIT

О чем эта книга

В самых разных жизненных ситуациях нам приходится принимать решения – на что тратить деньги и время или как убедить других потратить свои деньги и время. Это и есть основной смысл ценообразования. Цена – то «место», где встречаются ценность и деньги. Это самый мощный и распространенный фактор экономики в повседневной жизни каждого человека – и при этом один из наименее изученных.

Формула успешного ценообразования больше напоминает рецепт экзотического коктейля. Это смесь психологии, экономики, стратегии, методов, стимулов и поощрений, приправленных математикой. В итоге менеджеры разбавляют коктейль догадками, интуитивными ощущениями и общими правилами или вообще исключают те категории, которые им не понятны. Конечно, напиток получается слаще, однако теряет насыщенный вкус и аромат, необходимый для того, чтобы оказать воздействие на клиента и на бизнес. Более 40 лет Симон посвятил тому, чтобы сделать этот «коктейль» более эффективным, практичным и приятным для менеджеров и управленцев любой индустрии.

Всемирно известный эксперт по ценообразованию и доверенный консультант топ-менеджеров Fortune 500, Герман Симон точно знает, о чем говорит. Он досконально изучил ценообразование. За свою жизнь он прошел путь от сельских фермерских рынков до престижной научной карьеры и профессии предпринимателя и консультанта крупных компаний по всему миру.

И на протяжении всего пути он учился – у обладателей Нобелевской премии и ведущих гуру в области менеджмента. Он научил многих топ-менеджеров использовать ценообразование для того, чтобы создавать новые рынки, расширять бизнес и обеспечивать себе долгосрочное конкурентное преимущество. Кроме того, он усвоил несколько непростых личных уроков о том, что такое ценность, как люди воспринимают ее и как из нее извлекают прибыль.

В «Признаниях мастера ценообразования» собраны лучшие советы и принципы, охватывающие все ингредиенты ценового коктейля, причем доступно, понятно и интересно – чтобы вам захотелось подробно изучить эту тему. Вы увидите ценообразование в совершенно новом свете.

Эта профессиональная книга рекомендована Международной школой бизнеса IBS-Plekhanov и Российской Гильдией Маркетологов и предназначена для предпринимателей и специалистов в сфере продаж, но будет также полезна преподавателям и студентам, изучающим маркетинг и менеджмент, как источник практических решений и нестандартных подходов в установлении цен на продукцию компаний.

Герман Симон входит в пятерку самых авторитетных специалистов в мире в области маркетинга, ценообразования, продаж и менеджмента наравне с Питером Друкером, Фредмундом Маликом, Майклом Портером и Филиппом Котлером, является главой крупнейшей консалтинговой компании Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultant, которую ведущие бизнес-журналы Германии оценивают выше McKinsey и Boston Consulting Group.

В чем УТП книги и ее конкурентное преимущество

В отличие от других книг о ценообразовании «**Признания мастера ценообразования**» обладает тремя преимуществами:

- здесь вы найдете целостный обзор всех элементов ценообразования, а не детальный анализ одного из них;
- автор книги – профессор с выдающейся карьерой (Гарвард, Стэнфорд, МТИ), консультант в области менеджмента (основатель Simon-Kucher & Partners), востребованный спикер/публицист/писатель по данной теме.
- в книге множество примеров как великолепных, так и катастрофических результатов ценовых решений компаний по всему миру — от компаний Apple и Honda до Ryanair и Maybach

Чтобы понять эти три конкурентных преимущества, нужно задать себе вопрос – почему по ценообразованию до сих пор не было ни одного бестселлера. Ни одна из предыдущих книг не дает менеджерам целостного представления о ценообразовании, не утопая в лишних деталях. Многие из них имеют слишком узкую направленность.

- **Psychology:** *Priceless: The Myth of Fair Value* (William Poundstone) и *Cheap: The High Cost of Discount Culture* (Ellen Ruppel Shell)
- **Методы:** *The Price Advantage* (три автора консалтинговой компании McKinsey) рассказывает только об одном методе под названием «ценовой водопад»; *The Art of Pricing* (Rafi Mohammed) имеет более общую направленность, но тоже посвящена в основном одному методу
- **Стимулы и тактика:** *Pricing with Confidence* (Reed Holden, Mark Burton) касается B2B переговорам
- **Отраслевая специфика:** *Smart Pricing: How Google, Priceline, and Leading Businesses Use Pricing Innovation for Profitability* (два профессора Уортонской школы бизнеса) посвящена важной теме (хай-тек, Интернет), но информацию сложно применить к другим областям.

Более того, эти авторы обладают узкой специализацией – писатели/журналисты (Poundstone, Shell), консультанты по менеджменту (McKinsey, Mohammed, Holden, Burton), профессора (Уортонская школа бизнеса). Герман Симон, The Pricing Man, сочетает в себе все эти знания и опыт, причем в каждой области он заслужил блестящую репутацию.

Спросите, к примеру, Питера Друкера о Германе Симоне и его компании Simon-Kucher & Partners, и он ответит: «*Никто не говорит о ценообразовании так мудро, как Герман Симон*».

Или спросите Уильяма Паундстоуна: «*Ни одна компания не сделала так много для профессионализации ценообразования, как Simon-Kucher & Partners Германа Симона*».

Или спросите Филиппа Котлера (профессора Северо-Западного университета): «*Герман Симон – автор одной из лучших теоретических и практических книг по ценообразованию*».

Для кого эта книга

В двух словах, любой менеджер и директор, которому нужно продать товар, является целевой аудиторией. В книге собраны методы и принципы, применимые к любой коммерческой деятельности.

Кто такой The Pricing Man

Герман Симон – председатель консалтинговой фирмы Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants, имеющей 33 представительства в 23 странах. Он широко известный в мире ведущий специалист по ценообразованию.

Научная карьера и достижения Германа Симона

Герман Симон работал профессором кафедры бизнес-управления и маркетинга в университетах Майнца (1989–1995) и Билефельда (1979–1989). Он был также приглашенным профессором в Гарвардской школе бизнеса, Стэнфорде, Лондонской школе бизнеса, бизнес-школе INSEAD, Токийском университете Кэйо и Массачусетском технологическом институте. Изучал экономику и бизнес-управление в университетах Бонна и Кельна. Получил диплом (1973) и докторскую степень (1976) в Боннском университете. Обладает многочисленными международными наградами и почетными докторскими степенями. Признан самым влиятельным экспертом в области менеджмента в немецко-говорящих странах после Питера Друкера.

Консалтинговая карьера и достижения Германа Симона

Герман Симон основал Simon-Kucher & Partners в 1985 году в Германии вместе с двумя своими аспирантами. В течение десяти лет Симон консультировал свою компанию, а в 1995 году оставил научную деятельность и стал генеральным директором Simon-Kucher & Partners и вывел компанию на международный уровень. Когда он покинул свой пост в 2009 году, Simon-Kucher & Partners была крупнейшей в мире консалтинговой компанией в области ценообразования по всем основным отраслям. Компания консультировала более 200 членов Global Fortune 500, с некоторыми из них сложилось многолетнее сотрудничество.

Карьера и достижения Германа Симона как теоретика ценообразования

Герман Симон выпустил более 30 книг на 26 языках, включая мировые бестселлеры Power Pricing (Free Press, 1997), Manage for Profit, Not for Market Share (Harvard Business School Press, 2006), Hidden Champions (Harvard Business School Press, 1996) и Hidden Champions of the 21st Century (Springer New York, 2009).

Он был членом редакционной коллегии многих деловых изданий, включая International Journal of Research in Marketing, Management Science, Recherche et Applications en Marketing, Décisions Marketing, European Management Journal, а также нескольких немецких журналов. С 1988 года публикуется в ежемесячном журнале Manager Magazin. Также входит в совет директоров многих фондов и корпораций.