



2., überarb. u. erw. Aufl. 2022.

XV, 383 S. 69 Abb.

#### Druckausgabe

Brosch.

€ (D) 59,99 | € (A) 61,67 |

CHF 66.50

ISBN 978-3-658-37940-7

#### eBook

€ 46,99 | CHF 53.00

ISBN 978-3-658-37941-4



[Twitter Springer Shop](#)

[Springer Gabler Twitter](#)

[Springer Gabler M](#)



[Facebook Springer Shop DE](#)



[Springer Gabler](#)

F. Frohmann

# Digitales Pricing

Strategische Preisbildung mit dem 3-Level-Ansatz – vom digitalen Geschäftsmodell bis zur Optimierung des Pricing-Prozesses

- Das erste Buch, das die Auswirkungen der Digitalisierung auf Preismanagement umfassend darstellt
- Klare Abgrenzung und methodische Verknüpfung von Geschäftsmodell, Erlösmodell und Pricing-Prozess
- Integration preispsychologischer Erkenntnisse in den Pricingprozess. Maximaler Praxisbezug!

Dieses Buch zeigt, wie ein professionelles, integriertes Preismanagement aufgebaut werden kann. Der Preisfestlegung sind wichtige unternehmerische Entscheidungen vorgelagert: einerseits die Festlegung der Erlösquellen (Erlösmodell), andererseits das Geschäftsmodell mit dem Kundennutzen. Mit seiner ganzheitlichen und praxisbewährten Methode gelingt Frank Frohmann erstmals die Verknüpfung dieser drei Ebenen miteinander: Geschäftsmodell, Erlösmodell und Pricingprozess. Das vorliegende Buch erläutert die Prozesse und Methoden der Gewinnoptimierung für alle Angebotsformen (Produkte, Services, Software, digitale Inhalte, Online-Werbung, digitale Services). Zusätzlich zu den Auswirkungen der Digitalisierung auf das Preismanagement hat der Autor zahlreiche Erkenntnisse der Preispsychologie in die einzelnen Stufen des Pricingprozesses eingebettet. Mit dem vorgestellten 3-Level-Ansatz wird ein konsistentes Preismanagement mit bestmöglicher Orientierung am Kundennutzen möglich. Große Praxishöhe und Beispiele aus allen bedeutenden Branchen (z. B. Medien und Software, Maschinenbau und Automobil sowie aus zahlreichen Servicesektoren) machen das Werk zu einem wertvollen Leitfaden für Entscheider und Pricingexperten. Die zweite Auflage wurde vollständig überarbeitet und um neue Aspekte (u.a. Integration von Preispositionierung und Preisoptimierung) erweitert.

Frank Frohmann blickt auf eine langjährige Erfahrung in der Entwicklung von Preisstrategien in zahlreichen Branchen zurück. Seine umfassenden Erfahrungen mit Pricingstrategien und Preisoptimierungen basieren auf drei wesentlichen Tätigkeitsfeldern: externe Unternehmensberatung, operatives Preismanagement und Inhouse-Consulting.

**Verpassen Sie mit SpringerAlerts keine aktuellen Informationen aus Ihrem Fachbereich!**



Online auf [springer.com](http://springer.com) bestellen / E-Mail: [customerservice@springernature.com](mailto:customerservice@springernature.com) / Tel.: +49 (0) 6221-345-0  
€ (D): gebundener Ladenpreis in Deutschland, € (A): Preis in Österreich. CHF: unverbindliche Preisempfehlung.  
Alle Preise inkl. gesetzl. MwSt. zzgl. evtl. anfallender Versandkosten.

Jetzt bestellen auf [link.springer.com](http://link.springer.com) oder in Ihrer Buchhandlung

Part of SPRINGER NATURE