

Opgave 4 Prijsbeleid in de verf gezet

Het verfbedrijf International Colors (IC) produceert een verfsoort voor roestend metaal. De directie bespreekt tijdens een vergadering de strategische keuzes die het bedrijf heeft om de winstgevendheid van de productie van deze specifieke verfsoort te verhogen. IC heeft op deze markt alleen concurrentie van Farbo die een vergelijkbare verfsoort op de markt brengt. Farbo streeft net als IC naar maximale totale winst en hanteert een prijs van 12 euro per liter verf.

De prijsafzetfunctie van IC luidt als volgt:

$$q_{ic} = -2 p_{ic} + 2 p_{fb} + 4$$

q_{ic} = hoeveelheid verkochte liters verf ($\times 100.000$)

p_{ic} = prijs van IC verf per liter in euro's

p_{fb} = prijs van Farbo verf per liter in euro's

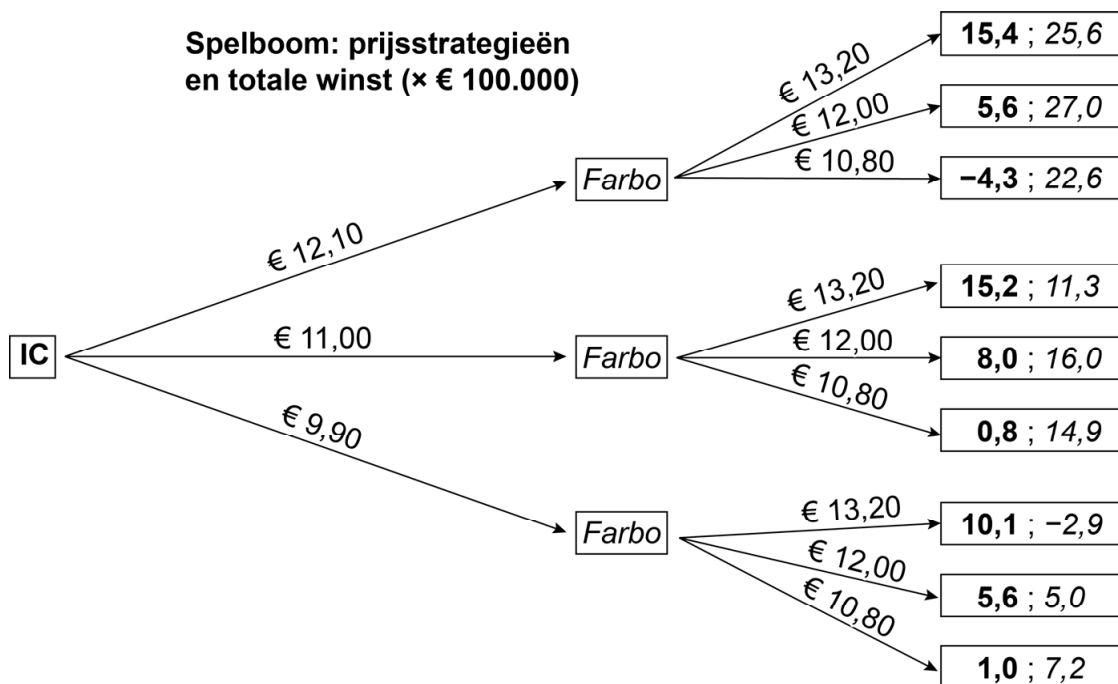
Verder geldt voor IC:

MK (marginale kosten) = 8 euro

- 3p 15 Toon met behulp van een berekening aan dat IC 11 euro vraagt voor een liter verf bij de gegeven prijs van Farbo.

De directie van IC bespreekt gedurende de vergadering het prijsbeleid en overweegt daarbij drie mogelijkheden: de prijs gelijk laten, verhogen met 10% of verlagen met 10%. De directie verwacht dat Farbo op dezelfde manier zal reageren op het prijsbeleid van IC. Een directielid geeft de situatie weer met onderstaande spelboom.

Figuur 1 spelboom



- 2p 16 Verklaar met behulp van de spelboom dat het voor IC gezien de doelstelling niet zinvol is om de prijs van een liter verf aan te passen.

Analist Havermans onderzoekt wat er gebeurt als beide bedrijven tegelijkertijd moeten beslissen. Deze situatie kan worden geanalyseerd met matrix 1, die de verwachte totale winst ($x \in \text{€ } 100.000$) toont bij iedere combinatie van prijszettingen per liter verf. Zij signaleert daarin twee Nash-evenwichten.

Matrix 1 simultaan spel bij prijszettingen van IC en Farbo

		Farbo		
		€ 13,20	€ 12,00	€ 10,80
IC	prijs per liter			
	€ 12,10	15,4; 25,6	5,6; 27,0	- 4,3; 22,6
	€ 11,00	15,2; 11,3	8,0; 16,0	0,8; 14,9
	€ 9,90	10,1; -2,9	5,6; 5,0	1,0; 7,2

- 2p 17 Beargumenteer of het spel volgens deze matrix voor beide spelers een optimaal resultaat kan opleveren. Benoem daarbij beide Nash-evenwichten.

Havermans stelt: "Bij onveranderd prijsbeleid kan IC zich meer richten op een marketingcampagne met nadruk op de goede reputatie van de verfsoort die IC sinds zijn oprichting verkoopt. De campagne moet gericht zijn op zowel klantenbinding als op het aantrekken van klanten van Farbo en van nieuwe kopers van deze verfsoort. Als gevolg van de campagne zou de prijsafzetfunctie van IC veranderen, onder de veronderstelling dat Farbo niet ook een marketingcampagne gaat voeren." Slechts één van de volgende vier prijsafzetfuncties combineert alle drie de gewenste effecten.

- a $q_{ic} = -1,5 p_{ic} + 2,0 p_{fb} + 3$
- b $q_{ic} = -2,5 p_{ic} + 2,0 p_{fb} + 4$
- c $q_{ic} = -1,5 p_{ic} + 2,5 p_{fb} + 5$
- d $q_{ic} = -2,5 p_{ic} + 1,5 p_{fb} + 6$

- 2p 18 Welke van de vier prijsafzetfuncties laat zien dat de bedoelde effecten van de marketingcampagne kunnen zijn bereikt? Beargumenteer je keuze en betrek daarbij alle drie de gewenste effecten.