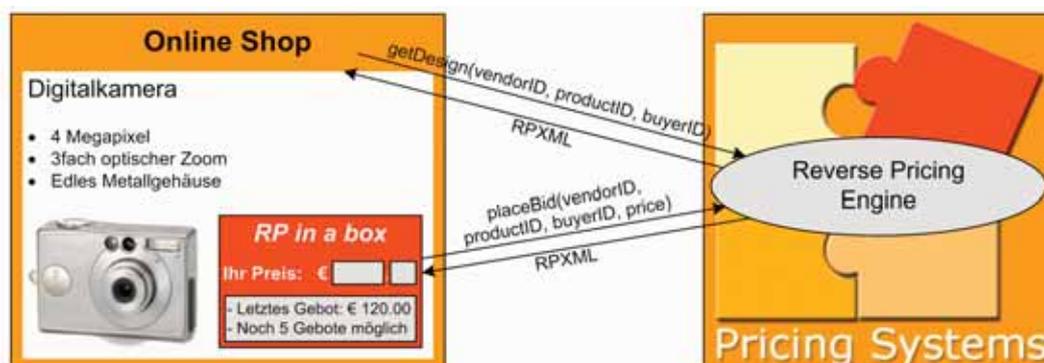


# Pricing Systems

## The Dynamic Pricing Experts



Der Einsatz von „RP in a box“ im Corporate Design eines Online-Shop Anbieters

Die geringen Transaktionskosten des Internets haben zu einer Verbreitung interaktiver Preismechanismen (z. B. Auktionen) geführt und neuartige Preismechanismen hervorgebracht. Ein solcher Preismechanismus ist das so genannte Reverse Pricing, bei dem eine Umkehrung der herkömmlichen Preisfestlegung sowohl dem Verkäufer als auch dem Käufer eine Einflussnahme auf den Preis eines Produktes gestattet. Während der Verkäufer einen Mindestpreis in Form einer geheimen Preisschwelle festlegt, bestimmt der Käufer den Preis eines Produktes durch die Abgabe eines Gebotes oberhalb der ihm unbekanntem Preisschwelle.

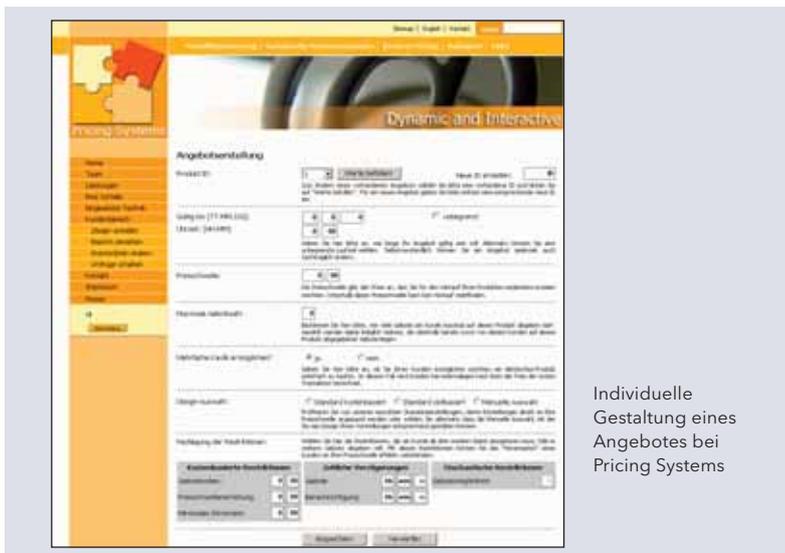
Das Reverse Pricing bietet Vorteile gegenüber traditionellen Formen der Preisfestlegung sowie bekannten Auktionsmechanismen, die dessen Einsatz als Vertriebsinstrument für Verkäufer interessant machen. Durch die Geheimhaltung des von einem Verkäufer geforderten Mindestpreises werden Preisstrukturen in bestehenden Vertriebskanälen nicht kannibalisiert. Mit Hilfe des Reverse Pricing lassen sich hierdurch neue Kundensegmente ansprechen: Beispielsweise kann die Ansprache preissensitiver Kundensegmente über das Reverse Pricing Umsatzzuwächse herbeiführen, ohne gleichzeitig unerwünschte, dauerhafte Preisnachlässe hervorzurufen. Käufer profitieren durch das Reverse Pricing hauptsächlich aufgrund der Mitbestimmung bei der Preisfestlegung sowie der Möglichkeit einer unmittelbaren Transaktionsabwicklung nach Abgabe eines erfolgreichen Gebotes.

Für das Reverse Pricing existieren eine Reihe von Design Varianten, anhand derer sich der Mechanismus optimieren und auf die Eigenschaften bestimmter Produkte hin anpassen lässt. Dabei zeigt sich häufig ein erheblicher Einfluss des gewählten Designs auf den erzielbaren Umsatz. Wird Käufem beispielsweise nur ein einziges Gebot gestattet, kann dies zu entgangenen Umsätzen führen. Erlaubt man einem Käufer hingegen, beliebig viele Gebote abzugeben, könnte dieser sich schrittweise an die geheime Preisschwelle herantasten, um den günstigsten Preis zu erzielen. Die bestmögliche Umsetzung des Reverse Pricing mit verschiedenen Design Varianten ist folglich nicht trivial und erfordert neben der programmiertechnischen Implementierung auch umfangreiche Kenntnis über mögliche Design Varianten und deren Eignung für den Verkauf bestimmter Produktkategorien.

Daher hat sich Pricing Systems als Spezialist im Bereich des Dynamic Pricing zum Ziel gesetzt, Unternehmen einen einfachen, problemlosen und kostengünstigen Einsatz des Reverse-Pricing-Mechanismus sowie weiterer dynamischer Preismechanismen (z. B. Auktionen, Reverse Auctions, eNegotiations) in der bestehenden IT-Umgebung zu ermöglichen. Unternehmen profitieren dabei direkt von neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen, die Pricing Systems als forschungsnahes Projekt unmittelbar in die angebotenen Mechanismen einfließen lässt.

Prof. Dr. Bernd Skiera  
Dr. Martin Spann  
Martin Bernhardt  
bernhardt@wiwi.uni-frankfurt.de  
Telefon +49(0)69/7 98-2 88 85  
Oliver Hinz  
oliver.hinz@wiwi.uni-frankfurt.de  
Telefon +49(0)69/7 98-2 23 79

Johann Wolfgang Goethe-Universität  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
Mertonstraße 17  
D-60054 Frankfurt am Main



Individuelle Gestaltung eines Angebotes bei Pricing Systems

Zu diesem Zweck arbeitet Pricing Systems eng mit der Professur für Electronic Commerce an der Goethe-Universität Frankfurt zusammen. Darüber hinaus bieten die von Pricing Systems maßgeschneidert zusammengestellten Marktforschungs- und Ergebnis-Reports Unternehmen eine fundierte Entscheidungsgrundlage zur Verbesserung ihrer Angebotsstruktur und Preisstrategie.

Der Einsatz des Reverse-Pricing-Mechanismus wird realisiert über den Web Service „Reverse Pricing in a box“, der nahtlos und kostengünstig in

existierende Shop-Systeme integriert werden kann. Pricing Systems übernimmt dabei sowohl die Systemintegration als auch den laufenden Betrieb und gewährleistet gleichzeitig die ständige Optimierung des gewählten Mechanismus. Im einfachsten Fall wird dann dem Endkunden statt einem Fixpreis ein Eingabefeld angezeigt, in dem er den Preis eingeben kann, den er bereit ist, für das entsprechende Produkt zu bezahlen. Durch die nahtlose Eingliederung im Corporate Design des Shop-Anbieters bemerkt der Kunde nichts von dem eigentlichen Web Service und kann seinen Einkauf somit in gewohnter Weise fortsetzen. Gibt ein Kunde ein Gebot ab, überprüft Pricing Systems, ob das Gebot entweder erfolgreich war oder ob gegebenenfalls weitere Gebote unter Berücksichtigung der Designspezifika abgegeben werden können.

Pricing Systems entsteht innerhalb des Teilprojektes Reverse Pricing im Schwerpunkt PREMIUM (Preis- und Erlösmodelle im Internet Umsetzung und Marktchancen), der vom BMBF (Bundesministerium für Bildung und Forschung) im Rahmen der Forschungsinitiative Internetökonomie gefördert wird. Das Teilprojekt Reverse Pricing setzt sich damit für einen aktiven Wissenstransfer in die Praxis ein. Gleichzeitig soll somit ein Beitrag für den Innovationsstandort Deutschland geleistet werden.

### Pricing Systems - The Dynamic Pricing Experts

Reverse Pricing is an interactive pricing mechanism where both buyer and seller influence the price of a transaction. At the outset, a seller defines a secret threshold price indicating the minimum price he is willing to sell the product for. Next, a buyer submits a bid for the product offered. If the bid value is equal or above the seller's threshold price, the transaction is initiated for the price denoted by the buyer's bid. However, if the bid fails to surpass the threshold price, the buyer's ability to raise his offer and place additional bids depends on the design of the Reverse Pricing mechanism specified by the seller.

Several characteristics make the usage of Reverse Pricing compelling even in the light of various different online auction sites on the Web. As no information about the final price of a transaction is revealed to other users, Reverse Pricing allows traders to sell their products for lower prices without disclosing these prices to regular customers. Cannibalization of pricing structures between sales channels is thus kept at a minimum and additional customers could be attracted.

Due to the complexity of different design alternatives, implementation of Reverse Pricing functionality would be a costly and time-consuming task. Pricing Systems therefore offers you a simple, straight-forward and inexpensive way to make use of this new interactive pricing mechanism. The Web Service "Reverse Pricing in a box" lets you integrate Reverse Pricing into the look and feel of your Online-Shop. While implementation effort is kept at a minimum, we also provide constant optimization of your mechanism design and offer various tools for data analyses. This way, you will not only have the chance to sell more to your customers, but also to learn more about your customers.