

Cahier des charges : Découverte d'un outil statistique
définir le prix de vente pour un produit : le prix psychologique

Nom _____

prénom _____

Introduction :

Un des principaux problèmes qui se posent lors de la mise en place du cahier des charges est le compromis à trouver entre la qualité du produit et son prix. Pour cela l'équipe marketing fait appel à un outil statistique.

« le prix psychologique »:

Le prix psychologique est une méthode visant à évaluer le prix de vente idéal pour un produit

La méthode

Pour cela, on interroge un certain nombre de personnes du marché potentiel en leur posant les questions suivantes.

Dans le cas ou on vous propose d'acheter un aspirateur robot

- 1. Considérez vous qu'au dessus de ce prix le produit proposé est trop cher ?*
- 2. Considérez vous qu'au dessous de ce prix le produit proposé est de mauvaise qualité ?*

Voici le tableau des résultats obtenus auprès de 100 personnes.

Analyse du prix psychologique			
échantillon 100			
niveau de prix	prix trop élevé	mauvaise qualité	acceptabilité
20,00 €	1	100	
30,00 €	2	98	
40,00 €	4	80	
50,00 €	5	75	
60,00 €	7	68	
70,00 €	8	55	
80,00 €	9	45	46
90,00 €	12	30	
100,00 €	20	20	
150,00 €	32	10	
190,00 €	45	8	
200,00 €	65	5	
250,00 €	75	2	
300,00 €	88	0	
350,00 €	99	0	

Voici, par l'exemple, comment utiliser ce tableau :

- Exemple dans le cas d'un prix de 80 € .

le prix est trop élevé pour 9 personnes sur les 100 interrogées, alors que la qualité semblera mauvaise pour 46 personnes interrogées on peut donc en déduire que le prix proposé sera acceptable pour 46 (100 - 9 - 45) personnes interrogées. C'est cette valeur que l'on reporte sur la 4ème colonne.

La conclusion :

En complétant le tableau vous devriez arriver à trouver la gamme de prix pour laquelle le produit est acceptable pour la majorité de clients potentiel :