

ETUDE DE PRIX@LINK

Le programme de remise en forme de votre stratégie de prix

Le prix détermine le succès d'un produit. Nos solutions d'études sur les prix vous permettent d'optimiser vos choix stratégiques en matière de pricing.



Une stratégie pertinente en matière de prix est le garant indispensable du succès d'un produit ou d'un service. En vendant un produit trop cher, on perd des parts de marché et des ventes. En vendant à un prix trop bas, on passe à côté de bénéfices potentiels et, dans le pire des cas, cela entraîne une dépréciation de l'image de la marque.

Les multiples facettes des études de prix

Les principales questions examinées par l'étude du prix sont les suivantes:

- Stratégiquement parlant, quel est le juste prix d'un produit et où se situent les seuils de prix?
- Comment concevoir un produit de manière à pouvoir le positionner à un certain prix?
- Les augmentations de prix sont-elles acceptées et si non, vers qui se détournent les clients?
- Combien de nouveaux clients une baisse de prix permet-elle?
- Existe-t-il des groupes de clients présentant des besoins différents et une sensibilité au prix différente?
- Quelle est la dimension de la valeur ajoutée des caractéristiques individuelles d'un produit?



Le comportement d'un client est illogique, mais prévisible

Plusieurs critères jouent un rôle dans la décision en faveur d'un produit et ils ne sont pas tous rationnels. En effet, de nombreuses décisions d'achat se basent sur l'instinct et les effets psychologiques du prix ont un impact considérable. Une connaissance détaillée des aspects tels que points d'ancrage, aversion à la perte, effets de cadrage et d'attraction ou comportement stratégique de réponse, est garante d'une étude de prix qui accroît votre sécurité décisionnelle.

Des méthodes implicites fournissent des résultats proches du marché

Les modèles de choix discret (analyses conjointes) reflètent le comportement décisionnel effectif des clients lors de l'achat d'un produit ou d'un service. La situation d'enquête est réaliste et par conséquent, révélatrice. Couplée avec des informations complémentaires telles que connaissance des prix, restrictions budgétaires ou résistances au changement, on obtient une prévision valide de la décision d'achat. Les élasticités de prix peuvent être déterminées de manière précise et le prix d'un produit peut être alors optimisé dans l'optique d'un gain de part de marché, de chiffre d'affaires ou de bénéfice. En outre, les résultats des analyses conjointes permettent de segmenter les besoins et vous fournissent des informations détaillées sur vos clients (potentiels) sensibles au prix ou pas.

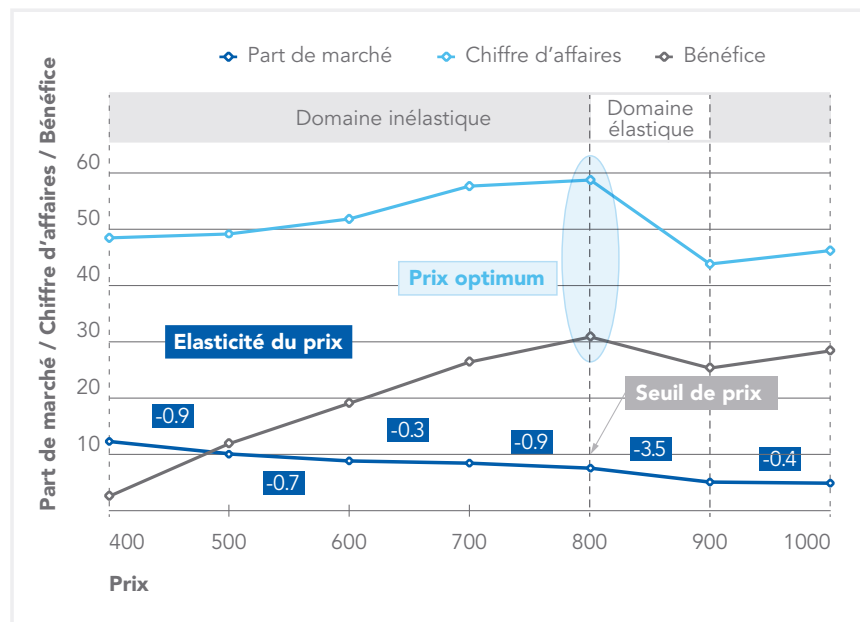
Grâce à un outil convivial, les simulations de marché peuvent être réalisées de manière autonome, de façon à ce que vous puissiez optimiser partout et à tout moment vos produits ou soyez en mesure d'établir un pronostic sur les incidences possibles des mutations du marché.

Méthodes simples – réponses rapides

Parfois, seule une estimation rapide de la disposition à payer, ou une idée de ce qu'elle peut être, suffit pour savoir si le prix d'un produit peut être considéré comme juste. La méthode Gabor-Granger ou la méthode du prix acceptable de Van Westendorp sont des outils capables de vous indiquer avec fiabilité dans quelle direction votre politique de prix devrait s'orienter.

Une foule de questions – une foule de solutions

Les solutions d'études proposées correspondent à la diversité des questionnements en termes de fixation du prix. Avec LINK, vous disposez d'un partenaire expérimenté et fiable pour votre étude de prix, qui vous conseillera la méthode la plus appropriée pour répondre au mieux à votre interrogation.



Elasticité du prix/sensibilité

Institut LINK – votre partenaire pour des bases de décisions fiables.

Votre interlocutrice

Lydie Soulat-Coly
Directeur LINK Lausanne
lydie.soulat@link.ch
Tel +41 21 317 55 05