

## FICHE MÉTHODE – CALCULER UN PRIX PSYCHOLOGIQUE

Le prix psychologique ou d'acceptabilité est une méthode visant à maximiser la taille de la clientèle potentielle d'un produit donné en jouant sur la détermination du niveau de prix acceptable par le maximum d'acheteurs. Deux données sont alors étudiées : la valeur du prix et la qualité du produit.

Valeurs possibles du prix	Réponses obtenues en effectif	
	Qualité faible	Prix trop élevé
120 €	40	0
125 €	30	0
130 €	25	5
135 €	15	15
140 €	10	20
145 €	0	30
150 €	0	50
	120	120

⇒ 1<sup>ère</sup> étape : calculer les pourcentages de réponses obtenues sur les deux variables étudiées

Valeurs possibles du prix	Réponses obtenues en effectif		Réponses obtenues en %	
	Qualité faible	Prix trop élevé	Qualité faible	Prix trop élevé
120 €	40	0	33%	0%
125 €	30	0	25%	0%
130 €	25	<b>5</b>	21%	<b>4%</b>
135 €	15	15	13%	13%
140 €	<b>10</b>	20	8%	17%
145 €	0	30	0%	25%
150 €	0	50	0%	42%
	<b>120</b>	<b>120</b>	100%	100%

$$\frac{5}{120} \times 100$$

$$\frac{10}{120} \times 100$$

⇒ 2<sup>ème</sup> étape : calculer les fréquences cumulées

- croissantes au niveau du prix (FCC)
- décroissantes au niveau de la qualité (FCD)

Valeurs possibles du prix	Réponses obtenues en effectif		Réponses obtenues en %			
	Qualité faible	Prix trop élevé	Qualité faible	FCD qualité	Prix trop élevé	FCC prix
120 €	40	0	33%	100%	0%	0%
125 €	30	0	25%	67%	0%	0%
130 €	25	5	21%	42%	4%	4%
135 €	15	15	13%	21%	13%	17%
140 €	10	20	8%	8%	17%	33%
145 €	0	30	0%	0%	25%	58%
150 €	0	50	0%	0%	42%	100%
	120	120	100%		100%	

⇒ 3<sup>ème</sup> étape : lire le prix psychologique

100% - FCC - FCD

Valeurs possibles du prix	Réponses obtenues en effectif		Réponses obtenues en %				% d'acheteurs
	Qualité faible	Prix trop élevé	Qualité faible	FCD qualité	Prix trop élevé	FCC prix	
120 €	40	0	33%	100%	0%	0%	0%
125 €	30	0	25%	67%	0%	0%	33%
130 €	25	5	21%	42%	4%	4%	54%
<b>135 €</b>	15	15	13%	21%	13%	17%	<b>63%</b>
140 €	10	20	8%	8%	17%	33%	58%
145 €	0	30	0%	0%	25%	58%	42%
150 €	0	50	0%	0%	42%	100%	0%
	120	120	100%		100%		

Le prix psychologique ou d'acceptabilité correspond au pourcentage le plus élevé.

Le pourcentage de personnes prêtes à acheter le produit, au prix d'acceptabilité est de : **135 €**