

méthode

Le prix

d'acceptabilité

comment choisir le
prix que veulent tous
vos clients

Thibault Mouglin
Marketing pour PME B2B



Il y a 3 critères pour fixer son prix :

→ Vos charges

→ Vos concurrents

→ Vos clients



Les 2 premiers sont assez
simples à évaluer.

**Mais pour les clients, cela
nécessite un peu plus
d'adresse.**

...



Thibault Mougín



Il ne suffit pas de demander

“À quel prix achèteriez-vous ce produit ?”

Vos clients ont besoin
d’être plus cadrés



Thibault Mougine



Voici la méthode du **prix** d'acceptabilité



Thibault Mougine



Étape #1

Poser

2 questions



Thibault Mougine



Étape #1

Poser 2 questions

1. En dessous de quel prix jugeriez-vous ce produit de **mauvaise qualité** ?
2. Au dessus de quel prix trouveriez-vous ce produit **trop cher** ?



Thibault Mougine



Étape #1

Poser 2 questions

Pour chacune des questions, proposez une **échelle de prix** pour faciliter la projection.

Votre échantillon doit être suffisamment grand, pour être **représentatif**.

Tout en étant **100% aligné** avec votre cible, cela va de soi.



Thibault Mougine



Étape #2

Analyser

les réponses



Thibault Mougin



**C'est là que ça se
complique,**

On va faire des maths.

(mais ça va bien se passer)



Thibault Mougine



Étape #2

Analyser les réponses

La première chose à faire est de construire un tableau ...

Prix de vente en euros	Qualité de produit insuffisante		
	Réponses	%	% cumulé
19	105	25%	100%
20	123	29%	75%
21	98	23%	46%
22	72	17%	23%
23	23	5%	6%
24	5	1%	1%
25	0	0%	0%
26	0	0%	0%
27	0	0%	0%

Étape #2

Analyser les réponses

... et d'y renseigner vos réponses brutes (colonnes en rouge)

Prix trop élevé			% d'acheteurs
Réponses	%	% cumulé	
0	0%	0%	0%
0	0%	0%	25%
0	0%	0%	54%
2	0%	0%	76%
12	3%	3%	90%
47	11%	14%	85%
140	33%	47%	53%
178	42%	89%	11%
47	11%	100%	0%

Étape #2

Analyser les réponses

Calculez ensuite le pourcentage sur le total de réponse (**bleu**) ...

Prix de vente en euros	Qualité de produit insuffisante		
	Réponses	%	% cumulé
19	105	25%	100%
20	123	29%	75%
21	98	23%	46%
22	72	17%	23%
23	23	5%	6%
24	5	1%	1%
25	0	0%	0%
26	0	0%	0%
27	0	0%	0%

Étape #2

Analyser les réponses

... et le pourcentage cumulé de réponses, pour chaque prix (**vert**)

Prix trop élevé			% d'acheteurs
Réponses	%	% cumulé	
0	0%	0%	0%
0	0%	0%	25%
0	0%	0%	54%
2	0%	0%	76%
12	3%	3%	90%
47	11%	14%	85%
140	33%	47%	53%
178	42%	89%	11%
47	11%	100%	0%

Vous aimez ?

**Likez le post, avant la
révélation finale !**



Thibault Mougín

Étape #2

Analyser les réponses

Enfin, additionnez ces 2 % cumulés et soustrayez le à 100% (**jaune**) ...

Prix de vente en euros	Qualité de produit insuffisante		
	Réponses	%	% cumulé
19	105	25%	100%
20	123	29%	75%
21	98	23%	46%
22	72	17%	23%
23	23	5%	6%
24	5	1%	1%
25	0	0%	0%
26	0	0%	0%
27	0	0%	0%

Étape #2

Analyser les réponses

... vous obtiendrez le prix où le % d'acheteurs est le plus élevé (**rose**)

Prix trop élevé			% d'acheteurs
Réponses	%	% cumulé	
0	0%	0%	0%
0	0%	0%	25%
0	0%	0%	54%
2	0%	0%	76%
12	3%	3%	90%
47	11%	14%	85%
140	33%	47%	53%
178	42%	89%	11%
47	11%	100%	0%

Le principe du prix d'acceptabilité
est d'**isoler les personnes qui
n'achèteraient pas**

pour en déduire **ceux qui
achèteraient.**



Thibault Mougine



Je traduis :

Lorsque l'on propose **23€** :

- 23 personnes jugent la qualité insuffisante
- 12 personnes jugent le prix trop élevé

Autrement dit, sur 426 interviewés :

- 403 personnes jugent la qualité satisfaisante
- 414 personnes jugent le prix acceptable



Thibault Mougine



Pas de panique !

**je vous mets le template en
commentaire du post**



Thibault Mougine



Vous l'aurez compris

**Cette méthode donne
le maximum
théorique d'acheteurs**



Thibault Mougín



Mais vous devez
absolument la coupler

avec le **prix de revient**
et l'analyse de vos
concurrents

Afin d'éviter les
mauvaises surprises

Ça vous a plu ?



Thibault Mouglin

Marketing pour PME B2B

