

Qu'est-ce que le prix psychologique ? Quelle est l'utilité de fixer un prix psychologique et comment le calculer pour son produit ou son service ?

En tant qu'entreprise, vos prix intègrent plusieurs éléments :

- les contraintes externes : prix attendus par les clients, prix pratiqués par la concurrence, coûts d'achat sur les marchés...
- les contraintes internes : vos coûts d'organisation, vos charges à couvrir...
- mais aussi votre stratégie marketing.

Déterminer un prix requiert un certain équilibre entre les contraintes économiques et la perception de valeur qu'ont les prospects vis-à-vis de l'offre.

Pour bien fixer ses prix, il convient de comprendre ce qu'est le **prix psychologique**.

Voir aussi notre article : [Comment fixer le prix de vente d'un produit ?](#)

Prix psychologique : définition.

Parfois nommé prix d'accessibilité, prix rompu ou encore prix magique, le **prix psychologique** se base sur la psychologie et le comportement d'achat de vos prospects.

Ce concept marketing s'appuie sur l'impact d'un prix affiché pour **déclencher l'achat**, en fonction de sa cohérence avec **l'idée que le public se fait de la valeur d'un produit ou d'un service**.

- En-deçà du prix psychologique, le produit ou service proposé sera considéré comme de **mauvaise qualité**.
- Au-delà du prix psychologique, le **prix de vente** sera jugé trop élevé.

Le prix psychologique est un marqueur des tendances comportementales, étant lui-même influencé par les évolutions du marché.

La méthode du prix psychologique est toutefois peu pertinente dans le cadre de projets innovants, le consommateur n'ayant pas de référence pour juger de la valeur du produit ou du service fourni.

Quel est l'intérêt du prix psychologique ?

Le prix psychologique est particulièrement adapté dans une démarche marketing de **prix d'appel**.

On le retrouve par exemple dans :

- les prix ronds (tout à 1€, 10€...),
- les techniques consistant à faire passer le prix en-dessous de la barre des dizaines ou des centaines (9,99€, 149,99€...),
- les prix réduits dans leur présentation (préférez 79€ à 79,00€),
- les paiements échelonnés,
- etc.

Une fois le prix psychologique identifié, les choix liés au développement, à la production et à la commercialisation du produit ou du service pourront se faire en fonction de cet objectif. **Il sera peut-être indispensable :**

- de modifier le processus de fabrication,
- d'adapter le volume de production,
- d'adapter votre **positionnement**,
- ou de repenser votre communication.

Ainsi, en amont de l'étape de conception, fixer un prix dont on sait qu'il encouragera l'acte d'achat permet de **définir des objectifs réalistes et pertinents**.

Prix psychologique, prix d'accessibilité : comment le déterminer ?

Afin de vous assurer que votre prix soit cohérent avec votre positionnement, il vous faudra réunir un panel représentatif de vos prospects.

Prix psychologique : le test d'échantillonnage.

Durant la phase de recueil d'opinion, les membres de votre panel vont définir le prix qu'ils estiment acceptable de déboursier pour votre produit ou votre service.

Plusieurs possibilités s'offrent à vous :

- leur demander directement quel montant ils seraient prêts à payer,
- leur proposer différentes fourchettes de prix,
- leur demander quelle est leur perception, en terme de rapport qualité-prix, par rapport à un montant annoncé.

La règle étant de ne pas biaiser les réponses en orientant les questions malgré vous.

Si vous n'êtes pas certain de savoir comment vous y prendre, faites appel à un cabinet spécialisé dans les études de marché.

La phase suivante consistera à dépouiller les résultats afin de dégager **un prix acceptable** représentatif.

Déterminer le prix acceptable moyen.

La perception d'un prix juste dépend de nombreux facteurs psychosociaux.

Même si votre échantillon de prospects est correctement ciblé, il est normal que vous ayez des disparités dans vos résultats. Cependant, **une tendance doit se dégager**.

Exemple de tableau de calcul du prix psychologique.

Prenons l'exemple d'une entreprise qui souhaite lancer sur le marché un tee-shirt blanc, en coton bio, issu d'une production française éco-responsable. Elle décide de faire appel à un panel de 100 personnes représentatives de ses prospects.

Les résultats de son échantillon pourraient ressembler à ceci :

Prix	Perception de la qualité : jugée mauvaise	Perception du prix : jugé trop élevé	Total inverse
------	---	--------------------------------------	---------------

<i>inférieur à 10€</i>	54	0	46
<i>entre 10€ et 20€</i>	40	2	58
<i>entre 20€ et 30€</i>	2	30	68
<i>supérieur à 30€</i>	4	68	28

Le prix psychologique de notre tee-shirt blanc devra se trouver dans l'intervalle 20€ à 30€, pour lequel 68% des répondants considèrent le produit comme ayant un bon rapport qualité-prix.

La fourchette de prix ainsi obtenue est nommée **zone d'accessibilité**. Elle vous permettra de définir un prix final qui saura convaincre une majorité de vos clients potentiels d'acheter votre produit ou votre service.

Voir aussi notre article : [Les 4P du marketing-mix : définition.](#)

Les limites du prix psychologique.

Le prix d'accessibilité ne garantit pas une augmentation des bénéfices car il arrive qu'il se retrouve en-dessous du coût de revient.

En revanche, si le volume de vente est conséquent vous pourrez accroître votre marge commerciale en réduisant les coûts de production par exemple.

Un prix psychologique s'intègre dans une **stratégie marketing** cohérente, et un [modèle économique](#) viable. Il doit refléter l'image que vous souhaitez donner de votre produit. N'oubliez pas qu'un client sera prêt à payer un peu plus cher s'il se sent valorisé par son achat : à vous de créer ce supplément de valeur !

Déclarez votre activité directement en ligne.

WikiCréa a sélectionné **Legalstart** pour vos formalités de création en ligne. **Pourquoi Legalstart ?** Tout simplement parce qu'il s'agit de l'offre la plus complète et la moins chère du marché. [Cliquez ici pour en savoir plus et débiter vos démarches en ligne.](#)

Des outils Excel gratuits.

Profitez de nos outils Excel gratuits :

- un modèle de **plan financier**, facile à compléter : [cliquez ici pour y accéder](#),
- un **facturier Excel** : [cliquez ici pour y accéder](#),
- un modèle de **livre de recettes**, **obligatoire pour les micro-entrepreneurs** : [cliquez ici pour y accéder](#),
- un **suivi de trésorerie** : [cliquez ici pour y accéder](#).