**PRIX PSYCHOLOGIQUE**

[](https://www.google.fr/maps/uv?hl=fr&pb=!1s0x4793fc93370ff183:0xf358ce28babd5284!2m5!2m2!1i80!2i80!3m1!2i100!3m1!7e1!4shttps://plus.google.com/110978433754134583801/photos?hl=fr&socfid=web:lu:kp:placepageimage&socpid=1!5sconfitures+du+climont+-+Recherche+Google&sa=X&ei=UEnLVPm-J9OracD7geAD&sqi=2&ved=0CHkQoiowDA)

Le groupe de TSTMG2, composé de Zoé Hassler, de Jordan Heitz et de Morgane Sincholle, a cherché à déterminer le prix psychologique (qu’ils ont qualifié d’optimal) pour lequel un maximum de personnes seraient prêtes à acheter la confiture Saveur Barbe à Papa (nouvelle saveur créée par le groupe, dans le cadre de leur projet, après une enquête réalisée auprès d’un échantillonnage d’une population d’enfants).

Après présentation de la nouvelle saveur de confiture, ils ont posé à 100 personnes les deux questions suivantes :

Question 1 : Au-dessus de quel prix n’achèteriez-vous pas ce produit car vous le jugeriez trop cher ?

Question 2 : En dessous de quel prix, n’achèteriez-vous pas ce produit car vous le jugeriez de mauvaise qualité ?

L’enquête réalisée auprès des 100 clients potentiels a permis de recueillir les informations suivantes, regroupées dans le tableau ci-dessous :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Prix de vente | 6€ | 6€50 | 7€00 | 7€50 | 8€00 | 8€50 | 9€00 | 9€50 |
| Réponse Question 1 | 0 | 10 | 10 | 25 | 30 | 15 | 10 | 0 |
| Réponse Question 2 | 10 | 50 | 20 | 10 | 10 | 0 | 0 | 0 |

Source : Projet de Morgane Sincholle – Mars 2015

1. Complétez le tableau suivant, en effectuant les calculs appropriés :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Prix de vente TTC | Q1 : Prix trop cher | | | Q2 : Qualité insuffisante | | | % clients potentiels | CA potentiel |
| Effectif réponses | % des réponses | % cumulé croissant | Effectif réponses | % des réponses | % cumulé décroissant |
| 6,0 € |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6,5 € |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7,0 € |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7,5 € |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8,0 € |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8,5 € |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9,0 € |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. A quel prix de vente correspond le % de clients potentiels le plus élevé ? Ce prix génère-t-il le plus gros chiffre d’affaires potentiel ?
2. Suite à cette enquête, à quel prix conseilleriez-vous la vente de cette nouvelle confiture saveur Barbe à Papa ? Justifiez votre réponse.

**Correction du tableau**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Prix de vente TTC | Q1 : Prix trop cher | | | Q2 : Qualité insuffisante | | | % clients potentiels | CA potentiel |
| Effectif réponses | % des réponses | % cumulé croissant | Effectif réponses | % des réponses | % cumulé décroissant |
| 6,0 € | 0 | 0% | 0% | 10 | 10% | 100% | 0% | 0 € |
| 6,5 € | 10 | 10% | 10% | 50 | 50% | 90% | 0% | 0 € |
| 7,0 € | 10 | 10% | 20% | 20 | 20% | 40% | 40% | 280 € |
| 7,5 € | 25 | 25% | 45% | 10 | 10% | 20% | 35% | 262,5 € |
| 8,0 € | 30 | 30% | 75% | 10 | 10% | 10% | 15% | 120 € |
| 8,5 € | 15 | 15% | 90% | 0 | 0% | 0% | 10% | 85 € |
| 9,0 € | 10 | 10% | 100% | 0 | 0% | 0% | 0% | 0 € |
| Total | 100 | 100% |  | 100 | 100% |  |  |  |

Dans le projet, l’élève n’a pas su déterminer à partir des réponses recueillies le prix psychologique. Sa réflexion l’a mené à un prix de 8 €, alors que le prix psychologique est en réalité de 7 €.

Cela démontre que le calcul d’un prix psychologique n’est pas encore maitrisé par tous les élèves de la classe. L’exercice, à partir des données recueillies par l’élève, aura permis de corriger l’erreur présente dans le dossier et aura donné l’opportunité à tous les élèves de voir ou revoir les étapes du calcul à réaliser.