

جامعة المسيلة/كلية العلوم الاقتصادية
قسم علوم التسيير/السنة الثانية علوم التسيير
السلسلة (2) للأعمال الموجهة في التسويق
عنوان السلسلة: (الحصول على القيمة الزبائن)
تدريب على طريقة السعر المقبول لـ Stoetzel-Adam

• الاستفصاء التمهيدي:

تتطلع شركة مختصة في المواد شبه صيدلانية في طرح منتج جديد وذلك بهدف توسيع مزيج منتجاتها ، ويتمثل هذا المنتج الجديد في صابون معطر بمواد طبيعية.
ومن أجل تحديد التقريب الأولي لسعر السلعة الجديدة بحيث يلقي بأكبر قبول من القطاع السوقي المستهدف قامت إدارة التسويق بهذه المؤسسة بأخذ عينة حجمها 1000 مستهلك طلب منهم تجريب المنتج وأن يجيبوا على استبيان للأبي حول سعر المنتج وذلك باقتراح أسعار تتراوح بين 100 دج و800 دج

وبعد تفريغ الإجابات تم التوصل إلى النتائج الآتية:

- بسعر 100 دج لم يجيب أي شخص بأن المنتج "غالي جدا" ولكن هناك 430 شخصا يعتقدون بأن المنتج ذو "جودة سيئة".
- أما بسعر 300 دج فإن هناك 70 شخصا يعتقدون أن المنتج غالي الثمن و 200 يرون أن جودتها سيئة جدا.
- باقي النتائج في الجدول الموالي:

| عدد الأشخاص الذين أجابوا 'جودة سيئة' | عدد الأشخاص الذين أجابوا 'غال جداً' | السعر |
|---|--|----------|
| 430 | 0 | 1 |
| 280 | 0 | 2 |
| 200 | 70 | 3 |
| 70 | 110 | 4 |
| 20 | 170 | 5 |
| 0 | 240 | 6 |
| 0 | 330 | 7 |
| 0 | 80 | 8 |
| 1000 | 1000 | الإجمالي |

● المطلوب:

- 1- هل يمكن استخدام مدخل التكاليف في تحديد سعر المنتج ولماذا ؟
- 2- قم بتحديد السعر بحسب طريقة التسعير النفسي التي اقترحها Stoetzel-Adam ؟