

The Perfect Coffee — for Your Day —

— NOW ONLY —

\$19.99

— Reg. \$25.00 —



ELITE BREW



Elite Brew

HOT DRINKS

Espresso	\$3.75
Cappuccino	\$4.95
Latte	\$5.50
Mocha	\$5.75
English Breakfast Tea ..	\$3.95

COLD DRINKS

Iced Latte	\$5.25
Iced Mocha	\$5.75
Frozen Caramel	\$6.50
Vanilla Frappe	\$5.95
Iced Chai Tea	\$4.95

BEST SELLER

*Caramel
Macchiato*

Special Price **\$4.50**

We Craft Happiness in Every Cup

تحليل استراتيجيات التسعير النفسي في التصاميم الإعلانية

تعتمد التصميمات المقدمة على مجموعة من المبادئ النفسية الراسخة في علم النفس الإعلامي، والتي تهدف إلى توجيه سلوك المستهلك نحو اتخاذ قرارات شراء إيجابية. تم تطبيق هذه الاستراتيجيات في كل من البوستر الإعلاني وقائمة المشروبات (المنيو) لضمان تحقيق أقصى تأثير ممكن.

الاستراتيجية النفسية	التطبيق في التصميم	الهدف من الاستخدام
تأثير الصدارة (Anchoring Effect)	عرض السعر الأصلي (25 ريال) مشطوباً بجانب السعر الجديد (19.99 ريال) في البوستر.	خلق مرجع سعري مرتفع يجعل السعر الحالي يبدو كفرصة لا تعوض.
التسعير الكسري (Charm Pricing)	استخدام نهايات الأسعار (99.) و (95.) في المنيو والبوستر.	تقليل "ألم الدفع" النفسي وإعطاء انطباع بأن السعر أقل من قيمته الحقيقية.
قائمة الخيارات (Decoy Effect)	تنظيم المنيو مع إبراز خيار "الأكثر مبيعاً" بسعر استراتيجي.	تقليل حيرة المستهلك وتوجيهه نحو خيارات محددة تزيد من معدل التحويل.

لقد وقع الاختيار على هذه الاستراتيجيات تحديداً نظراً لفعاليتها المثبتة في قطاع المقاهي والمطاعم، حيث تتسم قرارات الشراء بالسرعة والاعتماد على الإدراك البصري الفوري للقيمة. إن استخدام **تأثير الصدارة** يولد شعوراً بالرضا لدى المستهلك لظنه أنه حصل على صفقة رابحة، بينما يعمل **التسعير الكسري** على كسر الحاجز النفسي للأرقام الصحيحة، مما يجعل السعر يبدو في فئة أقل.

من المتوقع أن تؤدي هذه الاستراتيجيات إلى زيادة ملحوظة في معدلات التحويل، حيث تساهم في تبسيط عملية اتخاذ القرار للمستهلك من خلال تقليل الخيارات المربكة وإبراز القيمة المضافة بوضوح. كما أن التصميم الاحترافي المقترن بهذه التكتيكات السعرية يعزز من صورة العلامة التجارية "Elite Brew" كعلامة تجارية فاخرة تهتم بالتفاصيل وتقدم قيمة حقيقية لعملائها.