



جرب الذ

ice coffee

بدل 20 درهم

الآن بـ 14.99

دوقان پالك
يبدأ بالقهوة

ما الاستراتيجيات النفسية التي استخدمتها؟

- التسعير بالنهاية 9 (Right-Digit Ending)
- السعر 14.99 بدل 20 يخلي السعر يبدو أقل في نظر العميل.
- تثبيت سعر مرتفع (High Anchoring)
- عرض السعر القديم (20) ثم الجديد (14.99) يعطي إحساس بصفقة قوية

لماذا اخترت هذه الاستراتيجية؟

- تجذب الانتباه بسرعة (خصوصًا الأسعار المنتهية بـ 9)
- تعطي إحساس بالقيمة والخصم (من خلال المقارنة بين السعرين)
- تسهّل اتخاذ القرار بدون تفكير طويل (اختصارات عقلية)
- تناسب منتج متعة (Hedonic Product) مثل القهوة → تعتمد على الشعور والتجرب

كيف تتوقع أن تؤثر في قرار الشراء

- تجعل العميل يشعر أن السعر أرخص مما هو عليه فعليًا
- تعطي إحساس إنه يحصل على صفقة رابحة
- تخلق استعجال للشراء (خوف من فقدان العرض)
- تقلل التفكير → فيعتمد على التفكير السريع (System 1)
- وبالتالي يزيد احتمال الشراء الفوري