

سكينة SOKAINH

مساحة لعب آمنة وممتعة لأطفالكم
ساعتك راحة... وساعتهم لعب وفرح



ريال 49 فقط للساعة

خدماتنا:

- عالم الألعاب
- عالم الفنون
- مساحة الراحة
- عاملات حنونات ومحترفات
- متابعة عبر الواتس مع الأم



نستقبل أطفالكم من عمر 1 الى 9 سنوات

تحليل استراتيجية التسعير السيكولوجي المستخدمة في البوستر الإعلان

قامت في تصميم هذا البوستر باستخدام عدة استراتيجيات من محاضرة التسعير السيكولوجي بهدف التأثير على قرار الأم بشكل مباشر وسريع ومحفز

الاستراتيجيات:

(تثبيت السعر المنخفض)

سُغرت الخدمة بـ 49 ريال بدل 50.

أن نهاية السعر بالرقم 9 تجعل العميل يركّز على الرقم الأول أكثر، ويشعر أن السعر أقل بكثير مما هو عليه.

هذا يولّد عند الأم إحساس أنها دفعت أقل، وأن التجربة بسيطة وغير مكلفة

(تأثير الألوان)

استخدمت الأصفر في كرت السعر لأنه حسب المحاضرة يزيد الإقبال بنسبة 1.5%. واستخدمت الأحمر لكتابة السعر لأنه يفعل نظام التفكير السريع SYSTEM-1 ويحفّز قرار الشراء السريع.

(تجنب الخسائر)

الجملة الرئيسية "ساعتك راحة... وساعتهم لعب" تعتمد على مفهوم أن الأم ستخسر الراحة إذا لم تستفيد من خدماتنا.

لناس يتجنبون الخسارة أكثر من رغبتهم بالكسب، وهذا يحفز اتخاذهم للقرار.

(الفصل)

بدل القيام باشتراك شهري كبير عرضت السعر لكل ساعة.

أن العملاء يستقبلون الأسعار المجزأة بسهولة لأنها تبدو أقل التزامًا وأقل تكلفة ذهنية. وهذا يسهّل عليهم قرار الشراء ويقلل مقاومة الدفع.

تحليل استراتيجية التسعير السيكولوجي المستخدمة في البوستر الإعلان

لماذا هذه الاستراتيجيات مناسبة لمشروعي؟

لأن الخدمة عبارة عن منتج فيه إمتاع للعميل "الأم"
توفير راحة ومكان آمن للطفل - وقت للاستمتاع والراحة - طفل سعيد.
ومنتج نفعي للطفل:
أمان - أنشطة - مراقبة - تطوير واكتشاف.
الدمج بين (الاستمتاع و النفع) يدعم قرار الشراء عندما يكون السعر بسيط ومجزأ ومكتوب
بطريقة محفزة ومميزة.

كيف ستؤثر هذه الاستراتيجيات على قرار الشراء؟

ترى الأم أن تشوف السعر بسيط
العقل يرغب في اكتساب الراحة
دماغ الأم يتفاعل بسرعة بدون تفكير طويل وتردد خصوصًا اذا كانت الخدمة مقدمة لها
ولأطفالها
السعر المجزأ يجعل القرار أسهل من القيام بالاشتراكات.
النبرة التسويقية العاطفية تجعل الخدمة تبدو كضرورة وليست رفاهية وثانوية.
وينتج لنا احتمالية الشراء بشكل أكبر