



Suggerimenti di marketing psicologico

COME SI FA UN BUON PREZZO?

a cura di Roberto Pone - Maggio 2022

Una piccola modifica al prezzo, sufficiente a passare da una cifra tonda a una precisa, può influenzare positivamente e significativamente la vendita.

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/altri-settori/come-si-fa-un-buon-prezzo/>

La precisione dei prezzi può incidere sulla conclusione della vendita in quanto, chi riceve un'offerta con un prezzo la cui cifra è precisa tende a ritenere che, chi la propone, abbia a lungo riflettuto sul prezzo e disponga, pertanto, di solidi motivi per sostenerlo.

Alcune ricerche hanno mostrato come la precisione del prezzo applicato porti, nella negoziazione, a scostarsi in misura minore dalla cifra inizialmente richiesta, che agisce come un'ancora.



Pertanto, immobili i cui prezzi vengano proposti con una cifra precisa (es. 495.500 €) tendono a essere venduti a un prezzo più vicino alla richiesta di partenza rispetto al caso in cui i prezzi degli stessi immobili siano espressi a cifra tonda (es. 500.000 €) [1]. Questo risultato può essere in parte ricondotto al cosiddetto effetto cifra a sinistra, per cui è proprio il numero a sinistra quello al quale, nel valutare il prezzo, si presta maggiore attenzione. Pertanto, un prezzo con una cifra precisa, ad esempio 19 euro, rispetto alla cifra tonda di 20 euro non risulterà solo di un euro più basso ma il cambiamento della cifra iniziale, da 2 a 1, avrà un ben più elevato impatto sulla percezione complessiva del prezzo e, conseguentemente, sulle scelte della clientela.

Fonti:

[1] Dooley R., Neuromarketing in pratica, 100 modi per conquistare e convincere i consumatori, Apogeo, 2019, citando Herbert W., Why Things Cost \$19.95, in Scientific American Mind, 1 aprile 2008. Herbert a sua volta richiama gli studi dei professori di marketing all'università della Florida Janiszewski C. e Uy D., pubblicati su Psychological Science, che hanno confrontato, per 5 anni, i prezzi di listino e di vendita immobiliare nella contea di Alachua, in Florida.

Per le immagini:

ShaperStock, Olivier Le Moal da shutterstock.com

SCOPRI DI PIÙ



Questo articolo fa riferimento alla Bussola [Neuromarketing nei servizi. Vendere di più, vendere meglio](#) scritto da Confcommercio in collaborazione con Terziario Donna e Ainem, Dicembre 2020.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, informato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.