



## UN APPROCCIO COMPLETO ED INNOVATIVO ALLA PRICING STRATEGY

Che significato hanno per noi i prezzi, che valore gli diamo? Quale conoscenza ne abbiamo? Queste domande hanno risposte diverse da individuo ad individuo, ed altrettanto diverse per lo stesso individuo da prodotto a prodotto. Le ricerche sul prezzo abitualmente si basano su metodi che presuppongono un solo univoco referente: "l'homo aecomycus", un essere razionale, informato, mirato all'obiettivo, che nella realtà non esiste.

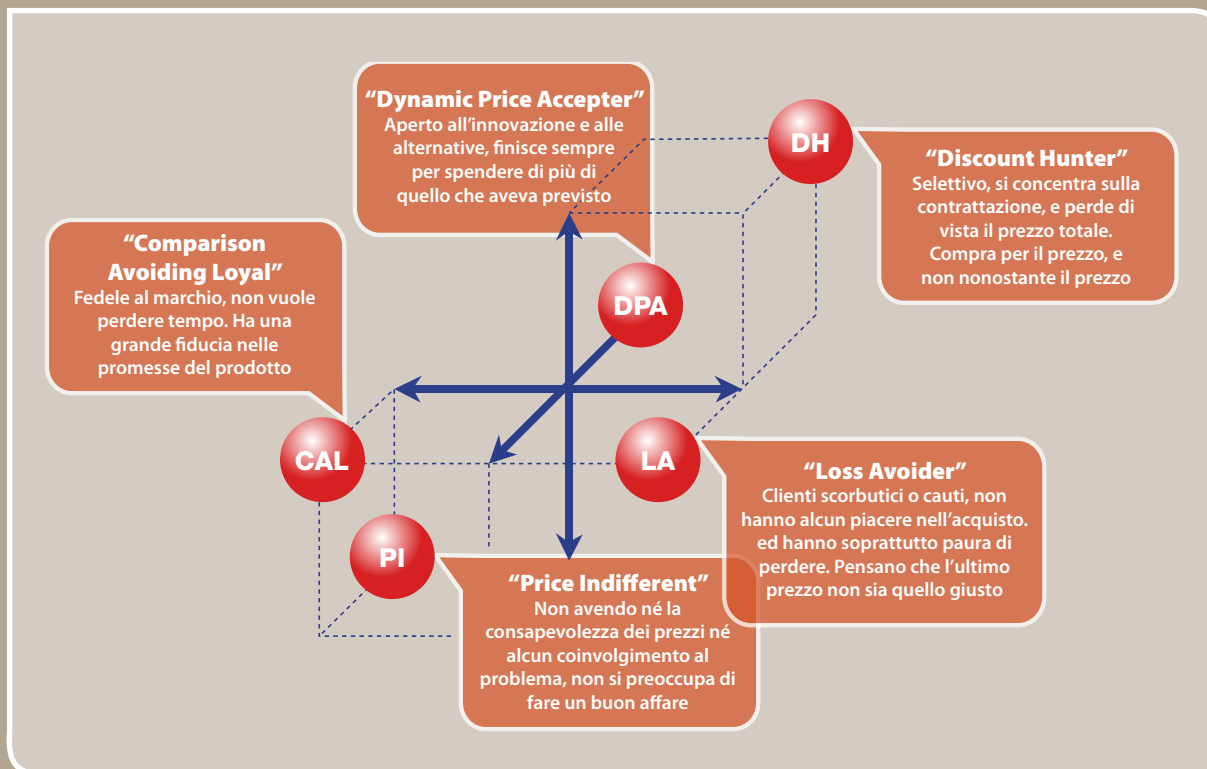
Come è possibile quindi supportare le aziende nella gestione di questa importante leva di marketing, quella che maggiormente è in grado di influire – nel breve-medio periodo – sui profitti? La metodologia GRIPS introduce nelle ricerche di marketing la **multiformità di approccio al prezzo** che caratterizza la realtà quotidiana.

GRIPS è basato sullo studio dei **Profili Psicologici del Prezzo (PPP)**, utilizza tipologie comportamentali specifiche e permette la definizione della strategia ottimale di prezzo.

L'approccio PPP è il risultato del lavoro condotto da Vocatus, leader europeo nelle ricerche sui prezzi, in 16 paesi europei ed extraeuropei, e su molteplici mercati.



GRIPS prevede 5 diversi possibili approcci al prezzo: il ruolo che il prezzo svolge all'interno di un mercato è la risultante della prevalenza di uno o più approcci all'interno del target di riferimento



La stima delle 5 tipologie comportamentali (PPP) e la loro applicazione alle indagini tradizionali sul prezzo permette una visione completa e approfondita di questa problematica:

- > l'analisi dei risultati delle **conjoint analysis** e/o della curve di **price elasticity**, alla luce dei PPP che caratterizzano uno specifico mercato, rende possibile stabilire i reali livelli di accettabilità del prezzo;
- > l'analisi dell'**incidenza dei PPP** nello specifico mercato evidenzia il ruolo che il prezzo riveste nel processo d'acquisto.

Lo studio integrato delle informazioni prodotte da una ricerca con approccio GRIPS permette di identificare la strategia di prezzo più adeguata non solo in termini economici ma anche in relazione alla **comunicazione dell'offerta**.