



Ergebnisse

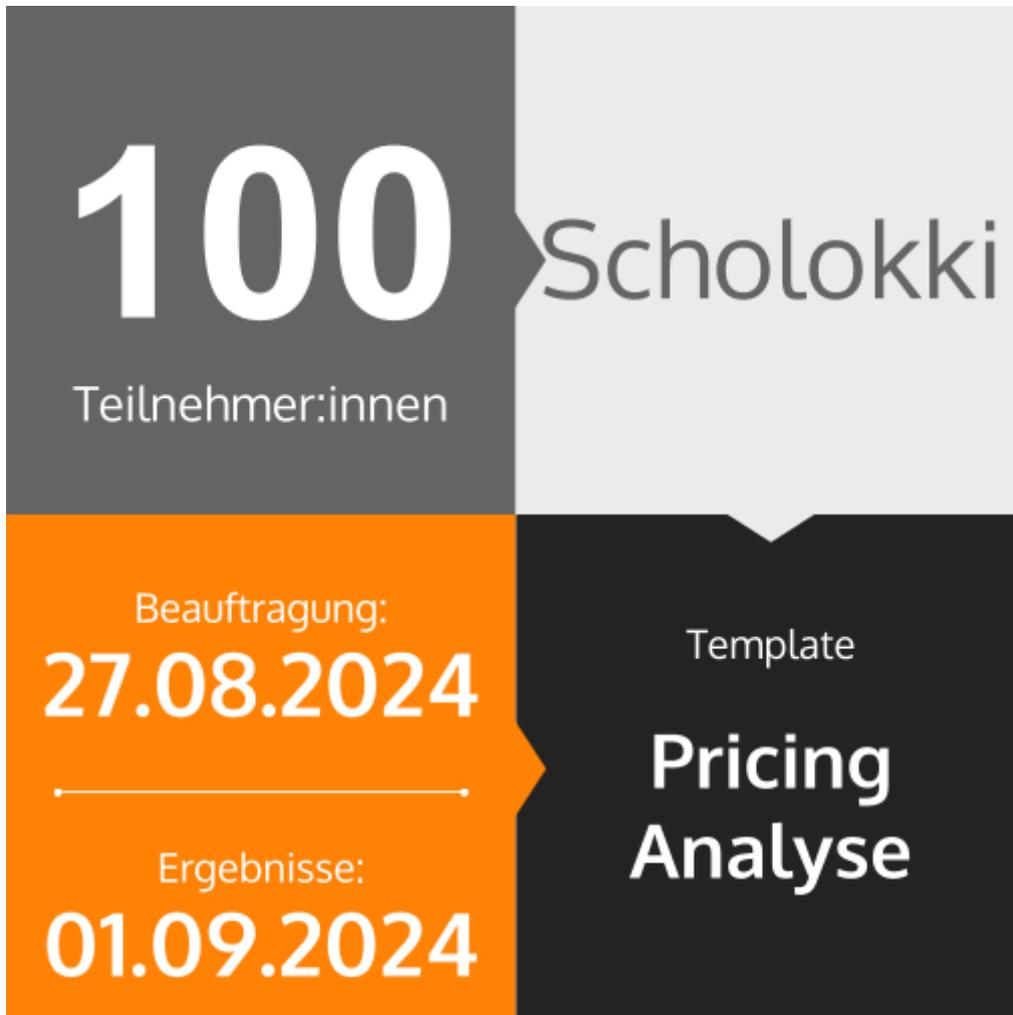
Pricing-Analyse mit gutfeel quick

Kunde: Scholokki GmbH

Kundennummer: 24037 / Projektnummer: P-24037-001

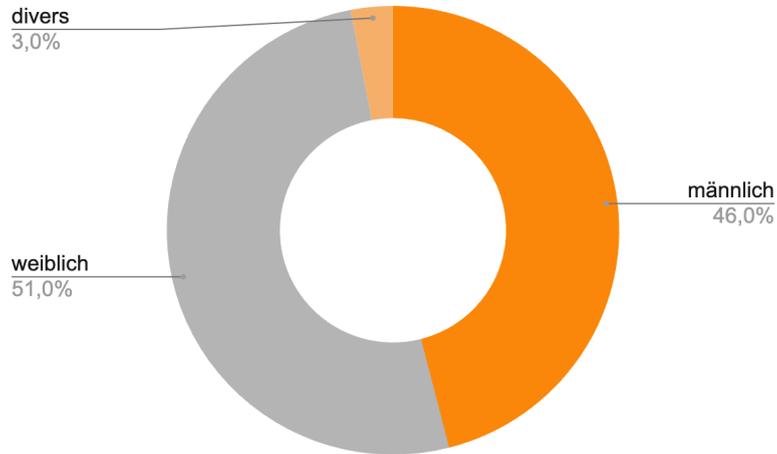
www.gutfeel.de

Quick Facts

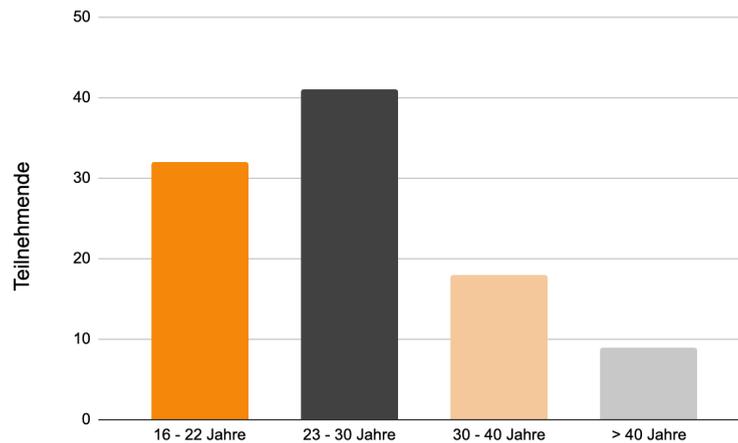


Teilnehmer:innen

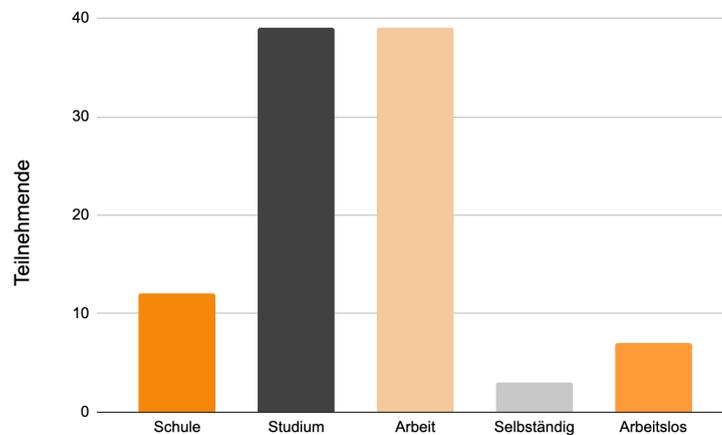
GESCHLECHTERVERTEILUNG



ALTERSVERTEILUNG

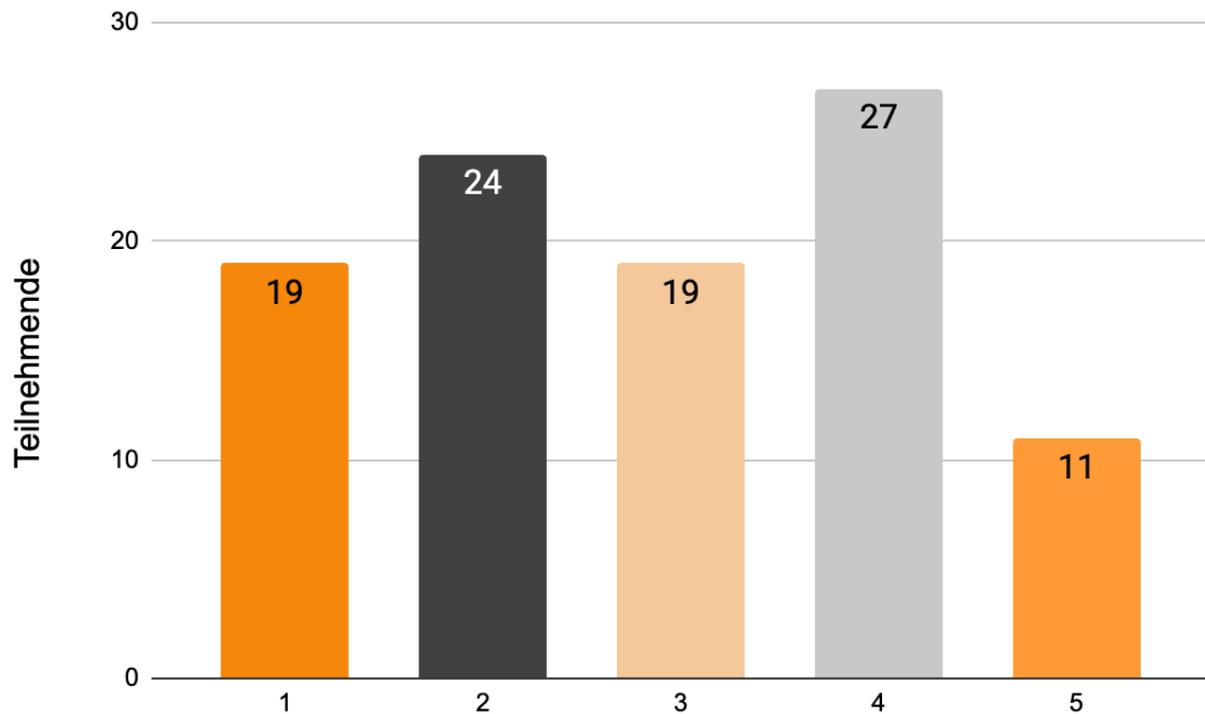


LEBENSITUATION



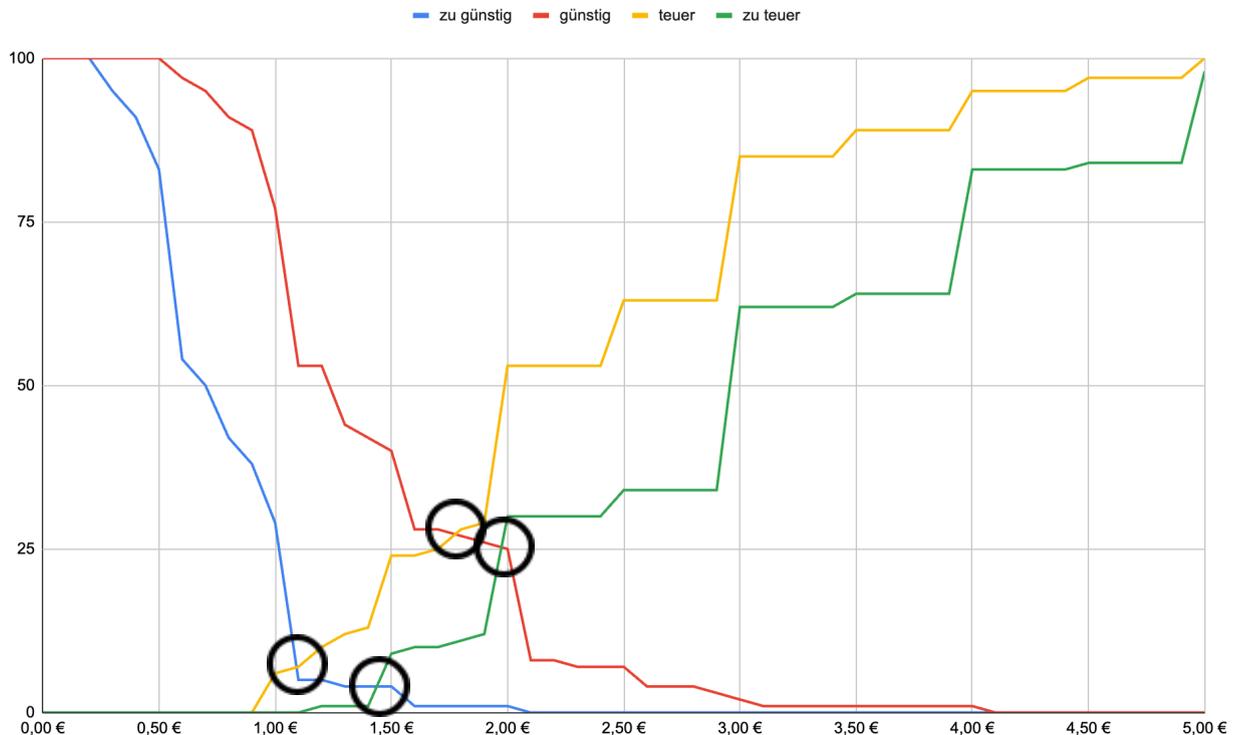
Ergebnisse

Frage 1: Wie wahrscheinlich ist es, dass du das Produkt kaufen würdest, wenn es einen für dich angemessenen Preis hätte? (1 = sehr unwahrscheinlich; 5 = sehr wahrscheinlich)



Van Westendorp Price Sensitivity Meter

Hinweis zum Diagramm: Auf der X-Achse stehen die Preise, auf der Y-Achse ist aufgeführt, wie viel Prozent der Teilnehmenden den jeweiligen Preis genannt haben, also die kumulierte Häufigkeit.



Schnittpunkt **gelb** & **blau**: "Preisuntergrenze" = 1,11 €

Bei Preisen unterhalb der unteren Preisgrenze ist der Anteil an Befragten, die den Preis als zu günstig empfinden, höher als der Anteil derjenigen, die den Preis als nicht günstig einstufen. Ein niedrigerer Preis würde dem Produkt oder der Marke schaden, da es dann als unglaublich billig wahrgenommen wird.

Schnittpunkt **grün** & **blau**: "Optimal Price Point" (OPP) = 1,45 €

An diesem Schnittpunkt halten genau gleich viele Befragte den Preis für zu teuer oder zu günstig. Der Kaufwiderstand ist hier am geringsten, denn die wenigsten Personen geben an, dass sie das Produkt zu diesem Preis nicht kaufen würden, weil es zu günstig oder zu teuer ist.

Schnittpunkt **gelb** & **rot**: "Indifference Point" (IDP) = 1,81 €

An diesem Punkt finden genau gleich viele Personen den Preis teuer bzw. günstig. Das Image des Preises ist hier am ausgeglichensten.

Schnittpunkt **grün** & **rot**: "Preisobergrenze" = 1,98 €

Wird ein Produkt teurer als der Preis an der Stelle des Schnittpunktes, dann ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass Konsumenten den Preis nicht mehr akzeptieren und das Produkt nicht kaufen. Als Folge können niedrigere Verkaufszahlen und möglicherweise Imageverluste durch zu teure Preise entstehen.

Danke für Dein Vertrauen!



Kontakt:

gutfeel GmbH

Heßstraße 89

80797 München