

CORRIGE de l'EXERCICE : comment vendre plus cher ?

Comment donner le coup de bambou ?	Vos exemples/arguments
1-Exploiter les croyances Calgon : Le célèbre anticalcaire se vend très cher (environ 13 euros le petit paquet) en brandissant un argument massue : sans Calgon, votre machine à laver durera moins longtemps... Oenobiol : Les compléments alimentaires pour les cheveux ou la peau parient sur la peur de vieillir. Avec succès. Ils s'arrachent comme des petits pains. Les prix élevés (7,50 euros les 5 centilitres d'anti-âge intensif) crédibilisent la prétendue efficacité !	Lait ACTIMEL Viande CHARAL
2-Faire craquer les parents gâteaux Diddl : Le pouvoir prescripteur des 2-19 ans représente un marché de 100 milliards d'euros rien qu'en France ! Une trousse ou un cahier griffé Diddl, Titeuf ou Pokemon se vend jusqu'à deux fois plus cher que le même article vendu sous la marque du fabricant...	Harry Potter Naruto
3-Vendre des portions congrues Boursin : Les as du marketing d'Unilever, qui a racheté la marque, ont tout compris : 1,83 € le pot de 150 g, soit 12,20 € le kilo en version mini, les 8 portions reviennent à 15,49 € le kilo (+21% environ) en mini-mini, c'est 222,22 € le kilo ! Ricoré et Nescafé : Les 4 grammes des sticks reviennent jusqu'à 2 fois plus cher au kilo que le bocal familial de 250 g !	Senseo, Nespresso Babybel
4-Casser les repères Taillefine : La marque s'appuie sur sa notoriété dans le yaourt pour lancer une eau minérale à ses couleurs dont on ne connaît ni la composition ni la provenance. Elle est vendue plus cher que l'Evian, également chez Danone. Hollywood chewing-gum : La gomme à mâcher se vend plus cher en version sans sucre sous prétexte que c'est moins nocif pour les dents... et béni par l'Union pour la santé bucco-dentaire !	Coca Zéro Croquettes de légumes "boxes" chewing-gum casques moto replica album Radiohead sur web
5-Ficeler le client avec les pièces de rechange Canon : Dans le monde de la bureautique, on vous fait pratiquement cadeau de l'imprimante ou du copieur et on fait la marge sur les consommables. Une imprimante Canon S100 vendue 90 euros revient après 3 000 pages d'impression à 768 euros, entre les cartouches et le papier ! Le modèle haut de gamme, la Canon S630, achetée 273 euros, revient après 3 000 pages à seulement... 489 euros. Cherchez l'erreur !	Consoles de jeux Entretien voitures neuves Rames rasoir mécanique
6-Faire varier les prix selon le moment EasyEverything : Inventé pour le transport aérien, le yield management consiste à faire varier le prix selon la demande et en particulier selon le moment. La SNCF le pratique sur les billets de TGV : Les cybercafés EasyEverything aussi, en faisant varier le tarif du surf sur internet selon les moments et l'affluence.	SNCF : pneus, étudiants... Entrée "filles" : bars, salons professionnels...
7-crée la rareté, voir la pénurie	

Le fabricant italien ne propose qu'à 4 000 exemplaires par an chaque sac de sa gamme et les vend entre 1 500 et 2 000 euros pièce. Idem pour les chaussures, dont certains modèles sont déclinés en série limitée. Ce qui est rare est cher

**Concerts
unplugged
Série limitée autos
: R-Garros...
Séries limitées
BD : Lanfeust,
Thorgal...**