

ESTUDIO DE PRECIOS

¿TE PREGUNTAS...

- ¿Si el precio está demasiado alto? ¿O quizás demasiado bajo?
- ¿Cuánto podría subir el precio sin perjudicar las ventas?
- ¿Se impulsarían las ventas si desciende el precio?



EL ESTUDIO INCLUYE



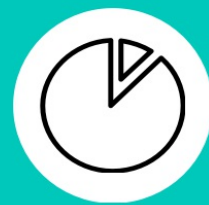
INDICADORES CLAVE

- 1 Punto de precio óptimo: el nivel de precio donde optimizar ventas y márgenes.
- 2 Punto marginal de costo elevado: el precio máximo en el que se maximizaría la rentabilidad sin reducir el volumen de venta.
- 3 Precio mínimo que el target estaría dispuesto a pagar
- 4 Rango de inelasticidad el rango de precios en el que no descendería la demanda.



ELECCIÓN

Importancia del precio en la decisión de compra del producto frente a otros factores con Conjoint CBC.



ESCENARIOS

Escenarios de mejora de market share en función de variaciones en el precio, competidores y otros 2 factores.

METODOLOGÍA

400
RESPUESTAS



Perspectiva del
consumidor/target

PANEL O BASE
DE DATOS



Recogida de datos
online (CAWI)

ENTREGA
RÁPIDA



15 días hábiles
Formato PDF

TECNOLÓGICO
Y ACADÉMICO



Escalas contrastadas y
herramientas avanzadas

RAZONES PARA CONTRATARLO



MUY ÚTIL



BAJO COSTO



FIABLE



MARKETING INSIGHTS

Marketwin Agencia de Marketing

Somos una agencia centrada en proporcionar Marketing & Consumer Insights sólidos y útiles. Knowhow, Marketing Analytics y enfoque en los resultados dirigen nuestros esfuerzos por ofrecer grandes soluciones a precios pequeños.

Avd. Reducto 1370 Oficina 403.
Miraflores. LIMA.

+51 (1) 6530754

marketwin@marketwin.pe

