



De Psychologie van Prijsdesign

Lunch-webinar



UNRAVEL



U N R A V E L

10 jaar neuromarketing

Unravel Research

Onderzoek

Meet wat je klant echt vindt met neuromarketing-methoden als Eye Tracking en EEG.



Unravel Academy

Training

Ontdek de laatste neuromarketing-inzichten over jouw vakgebied.



Unravel Behavior

Advies

Advies over gedragsbeïnvloeding in marketing en maatschappij.





De Psychologie van Prijsdesign

Lunch-webinar



UNRAVEL



Prijzdesign Webinar

Topics van vandaag



De Psychologie van prijsdesign

Hoe subtiele designaspecten prijsperceptie beïnvloeden



Het Schap

Designtechnieken voor prijs in korting in retail



Online

Technieken voor effectief prijsdesign op desktop en mobile



Aanbiedingen

Zo ontwerp je de perfecte korting

Hoe ervaart ons brein een prijs?



||



Waar Pricing Psychologie om Gaat

Price = **Pain**

(Pricing) Psychology = **Anesthesia**



€ 0.60

Hoe kunnen we deze prijs slimmer designen?

1. Eurotekenpijn

- Valutasymbolen doen zeer
- Maar haal alleen weg als prijsinformatie voor zich spreekt



✗ Hoge prijsfocus



✓ Lage prijsfocus

2. Prijslengte: decimalen

- Hoe korter, hoe beter
- Bij specifieke prijzen:



✗ Hoge prijsfocus



✓ Lage prijsfocus

2. Prijslengte: decimalen

➤ Bij ronde prijzen:



✘ Hoge prijsfocus



✔ Lage prijsfocus

2. Prijslengte: uitgesproken lettergrepen

➤ Hoe meer lettergrepen, hoe langer de prijs voelt



✘ Hoge prijsfocus



✓ Lage prijsfocus

3. Uitlijning op prijskaartje

➤ Links = Voordeling. Rechts = Kwaliteit en luxe



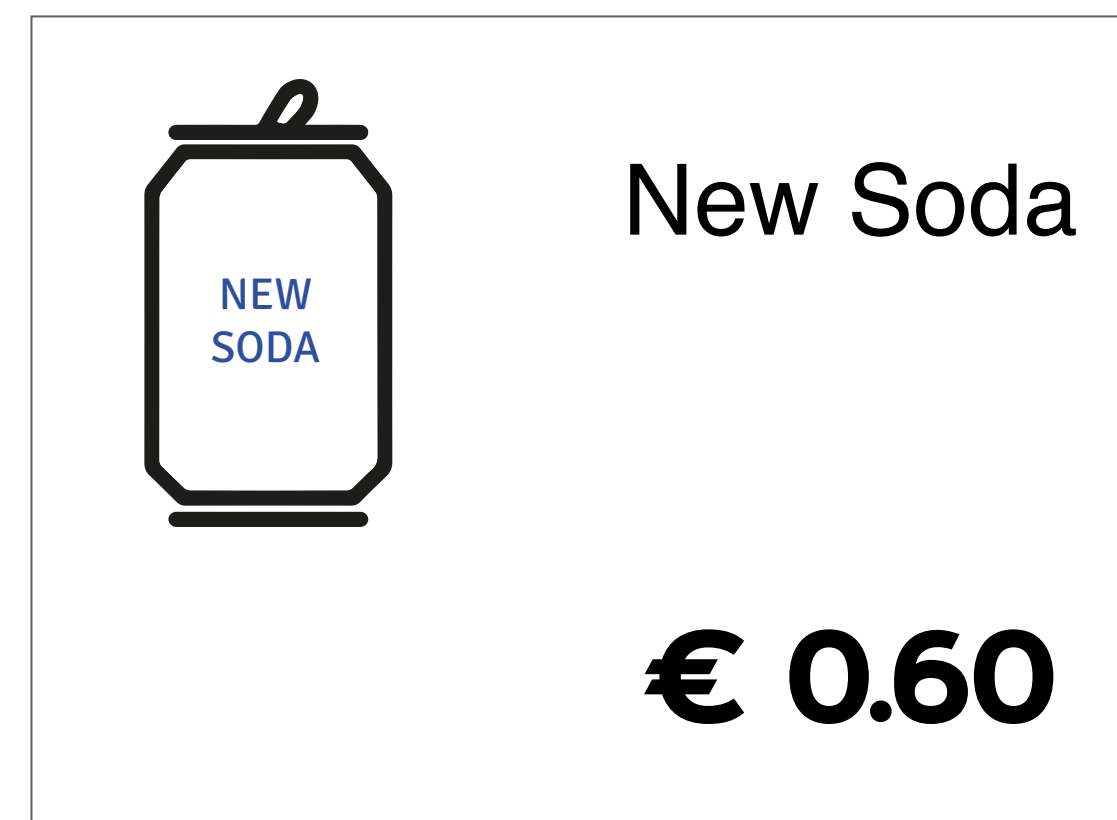
▶ Voordelig



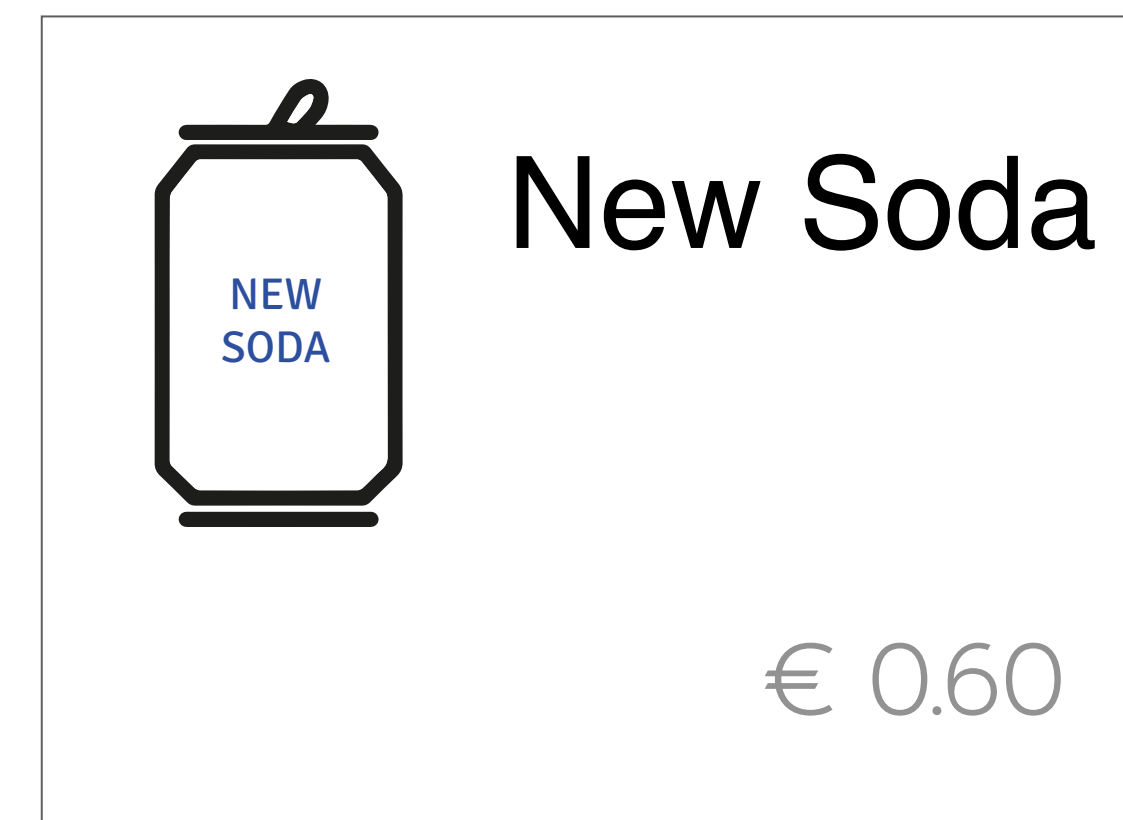
▶ Kwaliteit

4. Hiërarchie in prijsdesign

- Hoe meer focus op prijs, des te lager de verkoop!
- Maak prijs secundair op kleur, grootte en dikte



✗ Hoge prijsfocus



✓ Lage prijsfocus



Prijs Design Webinar

Topics van vandaag



De Psychologie van prijsdesign

Hoe subtiele designaspecten prijsperceptie beïnvloeden



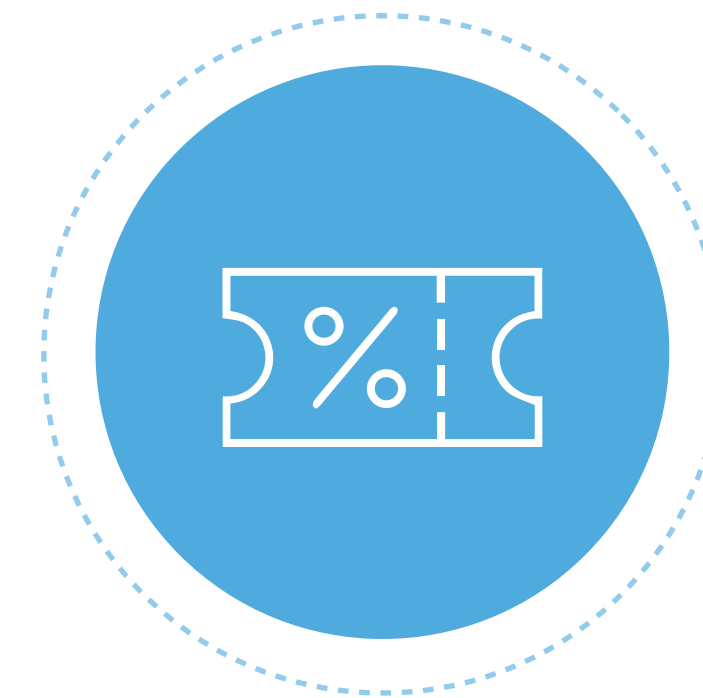
Het Schap

Designtechnieken voor prijs in korting in retail



Online

Technieken voor effectief prijsdesign op desktop en mobile



Aanbiedingen

Zo ontwerp je de perfecte korting

1. Prijs soortgelijke producten niet identiek

- Wisselende prijzen leidde bij kauwgom tot purchase rate van 46% naar 77%



✘ Moeilijk keuzeprocess



✓ Makkelijk keuzeprocess



0.52
330 ml

Pepsi Cola max cherry



0.59
330 ml

Pepsi Max ginger



2. Anchoring & Contrast

- Verhoog referentieprijs met duur product
- Anchoring werkt het best met specifieke prijs

	
PREMIUM SODA	NEW SODA
€ 0.70	€ 0.67

✗ Geen anchor

	
PREMIUM SODA	NEW SODA
€ 1.20	€ 0.67

✓ Anchor

- WINE LIST -

2812 St. Helena Hwy. St. Helena CA 94574

- RED -

Charbono, Shypoke,
Calistoga
2015 / \$50

Cabernet Sauvignon,
Hurt & Harvest
2014 / \$65

Tradition Red Wine,
Napa Valley
2012 / \$70

Night Reserve Merlot,
Spring Mountain
2010 / \$85

Brian Arden Cab Franc,
Napa Valley
2010 / \$90

- WHITE -

Ard Six Seated Cloud
Sauvignon Blanc
2014 / \$40

Pine Ridge Chenin
Blanc / Vignier
2014 / \$50

Pride Chardonnay,
Napa Valley
2013 / \$55

Groth Hillview
Chardonnay
2010 / \$65

Night Chardonnay,
Carneros
2010 / \$70

Omdraaien van wijn leverde 4.2%
meer omzet op (Suk et al., 2012)

Bij expert-categorieën werkt het
minder

3. Orden prijs op hoogte

➤ Hoog hoog=duur kiest men vaker de duurdere optie

	€ 0.67
	€ 0.68
	€ 0.69

✗ Vaker goedkoop

	€ 0.69
	€ 0.68
	€ 0.67

✓ Vaker duur

4. Assimilatie

- Creëer een prijsstandaard door veel soortgelijke prijzen toe te voegen



Meerdere hoge prijzen: assimilatie



Hoge prijs is uitzonderlijk: contrast

5. Decoy

➤ Voeg een slechte optie tegen een hoge prijs toe



✗ Geen decoy



✓ Decoy verhoogt aantrekkingskracht van duurste

Anchoring

Voeg een uitzonderlijk duur product toe

Werkt goed bij onbekende categorieën, door creatie referentieprijis

Assimilatie

Voeg meerdere dure opties toe

Schuift de gehele acceptatiegrens van op.
Werkt goed bij onbekende categorieën

Decoy

Voeg een laagwaardige optie tegen hoge prijs toe

Werkt goed bij bekende categorieën, door mensen minder prijsbewust te maken



Prijs Design Webinar

Topics van vandaag



De Psychologie van prijsdesign

Hoe subtiele designaspecten prijsperceptie beïnvloeden



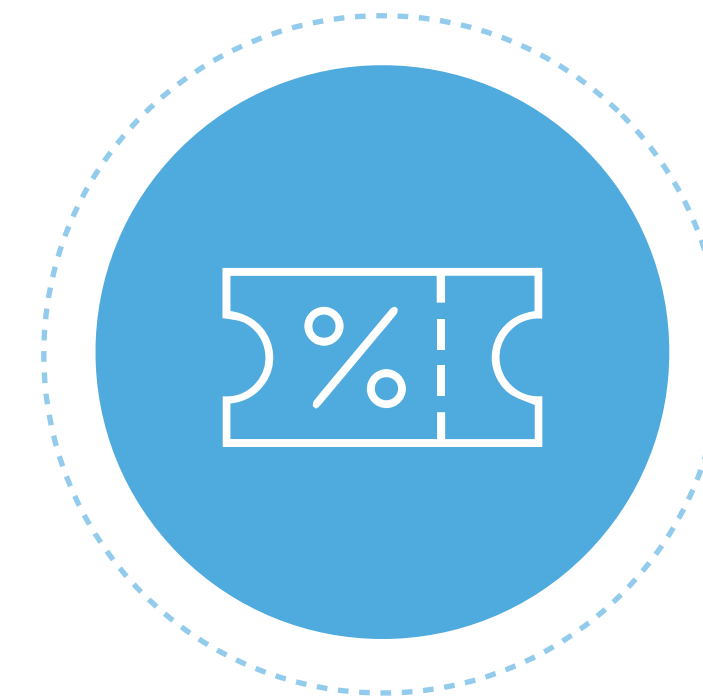
Het Schap

Designtechnieken voor prijs in korting in retail



Online

Technieken voor effectief prijsdesign op desktop en mobile

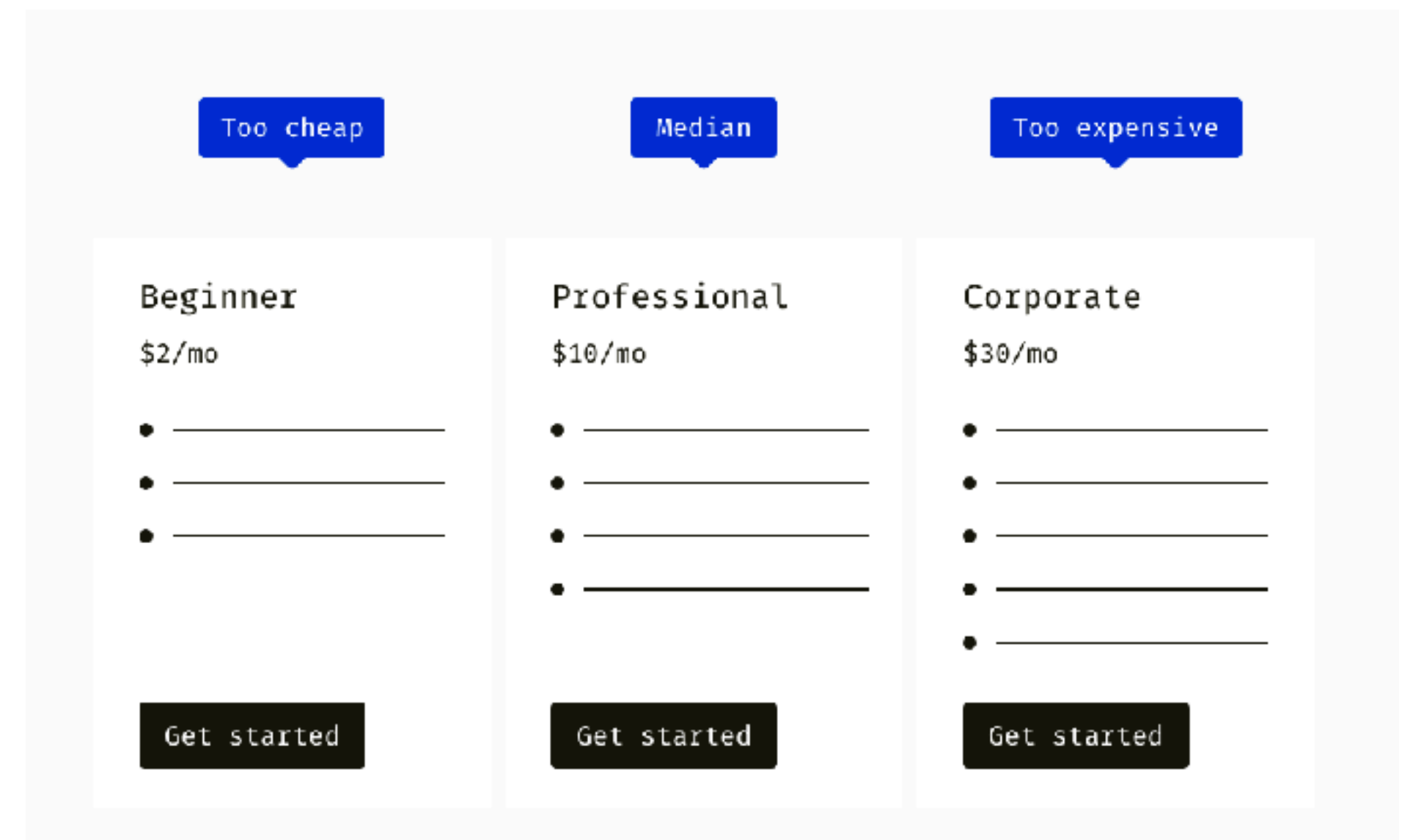


Aanbiedingen

Zo ontwerp je de perfecte korting

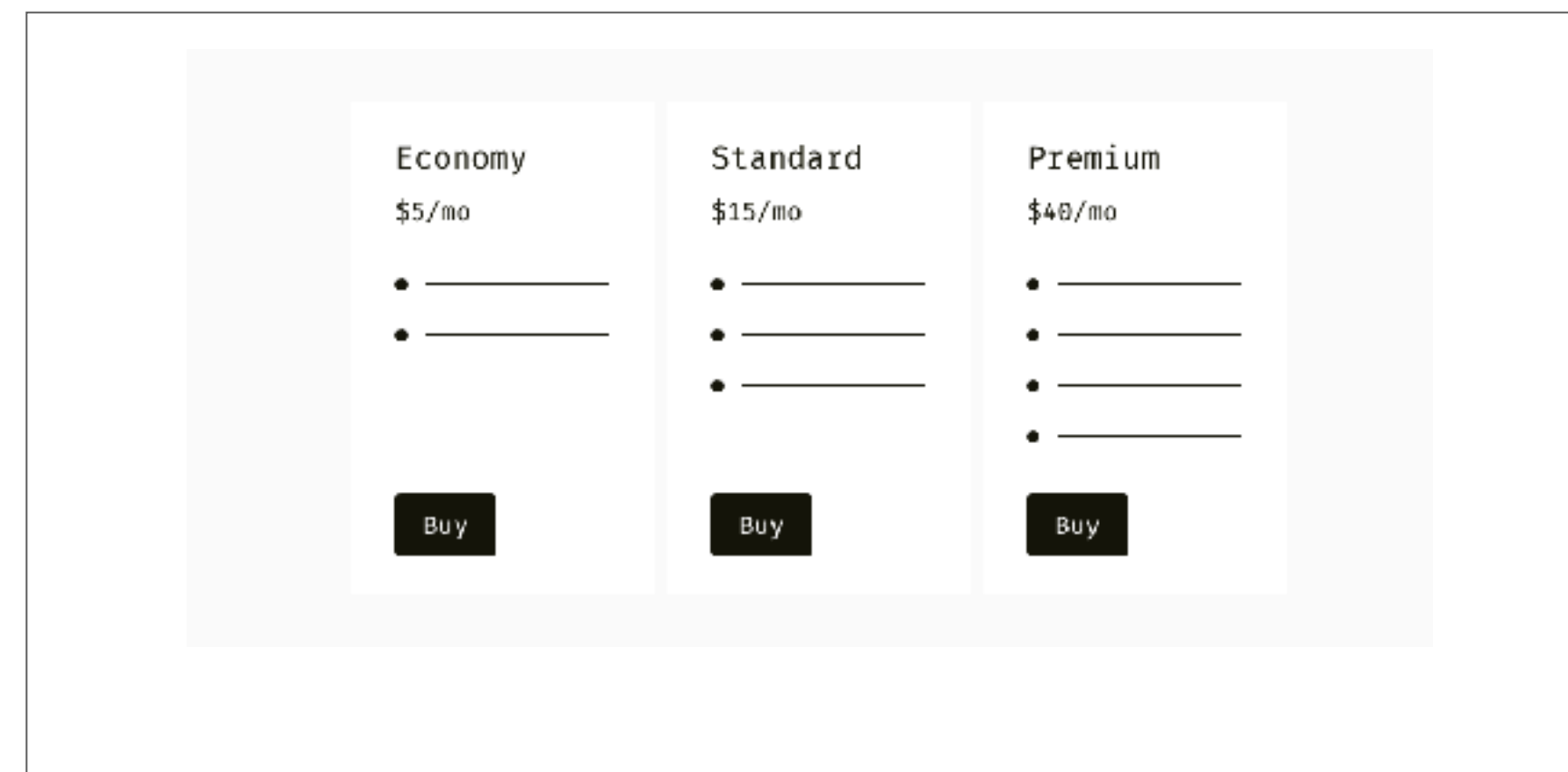
Online contrast-effecten

- Bied drie opties, en voeg een dure optie tegen een hoge prijs toe

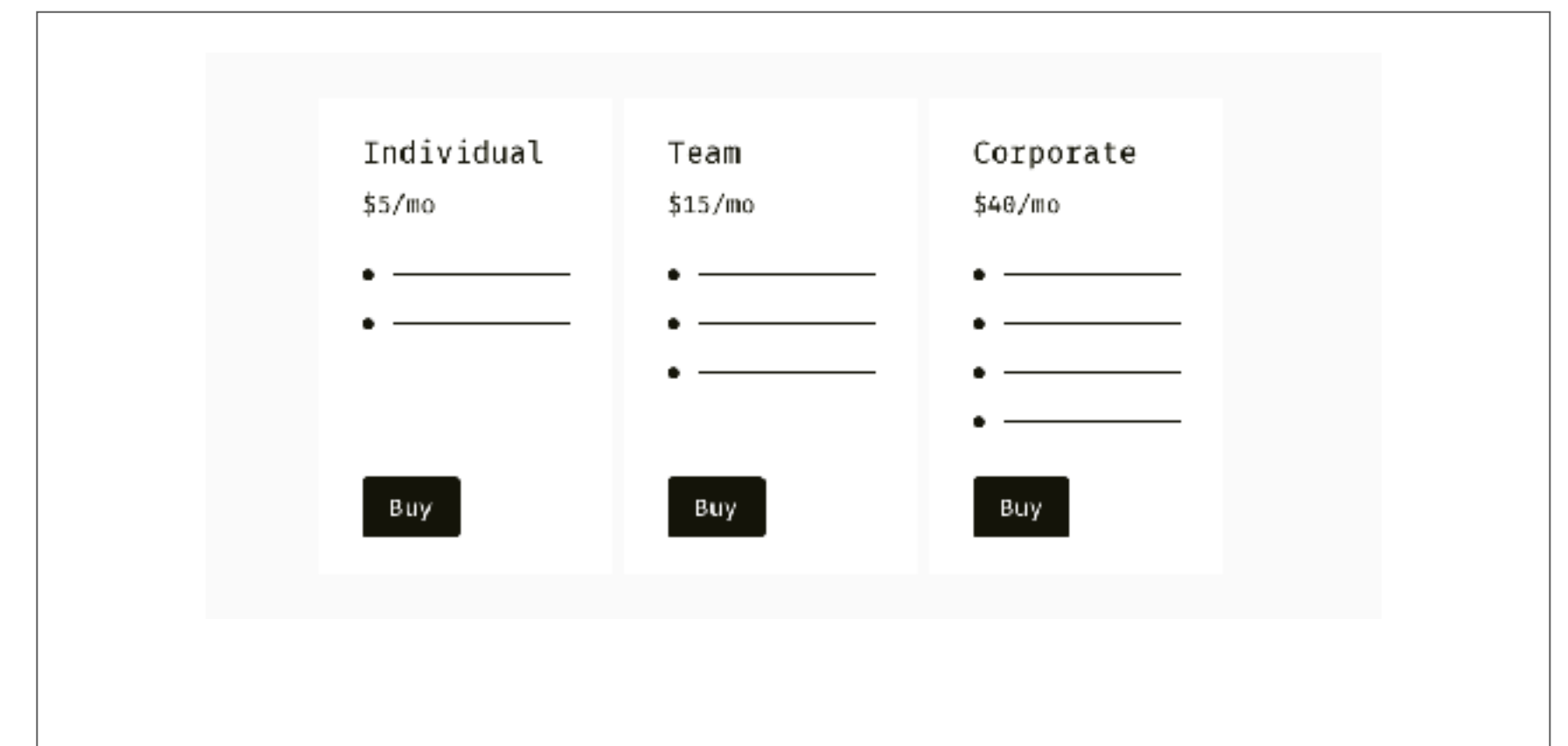


Prijs labelling

➤ Vermijd generieke labels



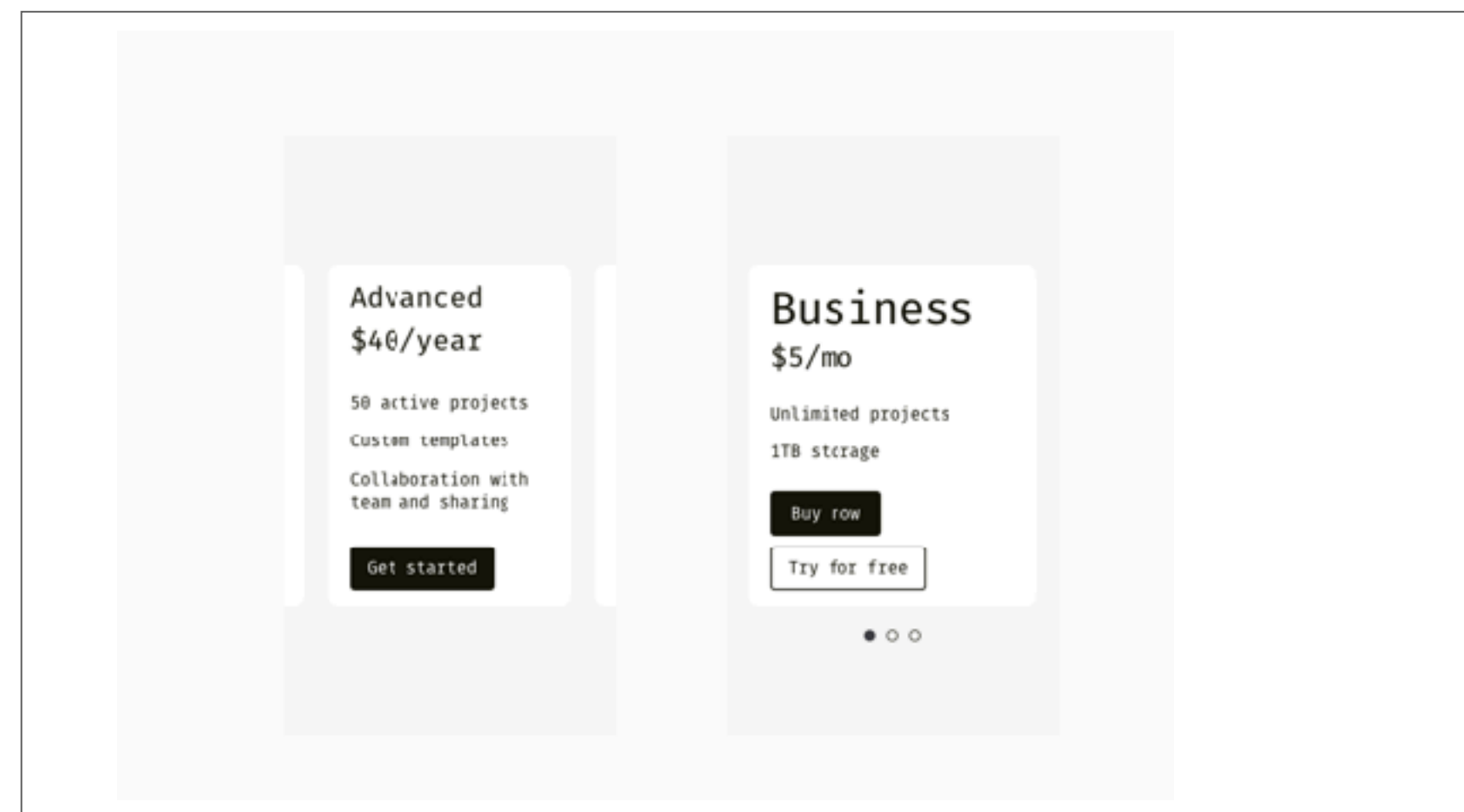
✗ Generieke labels



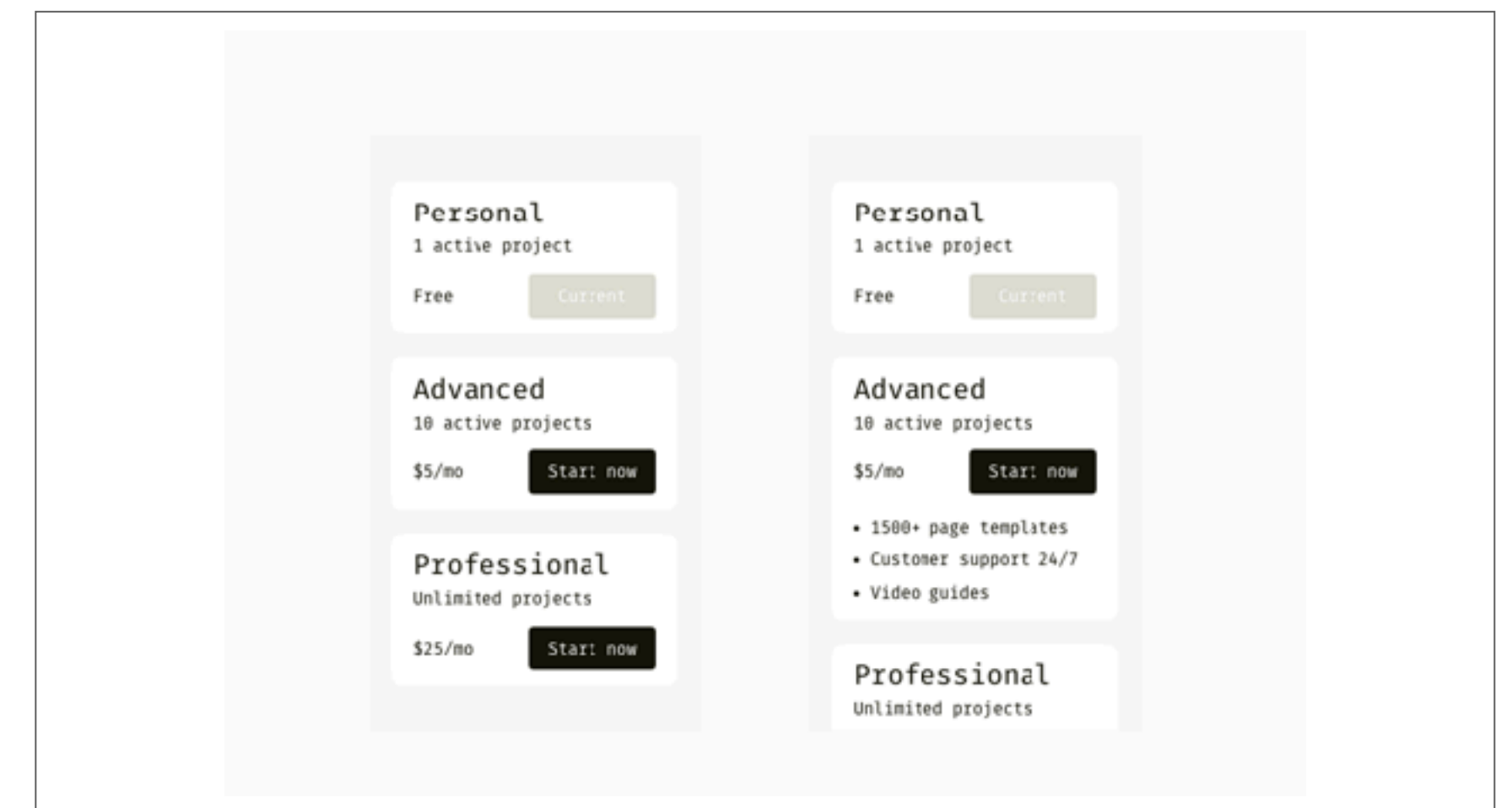
✓ Afgestemd op toepassing

Houd prijzen vergelijkbaar

- Vermijd switchen tussen schermen



✗ Carousel



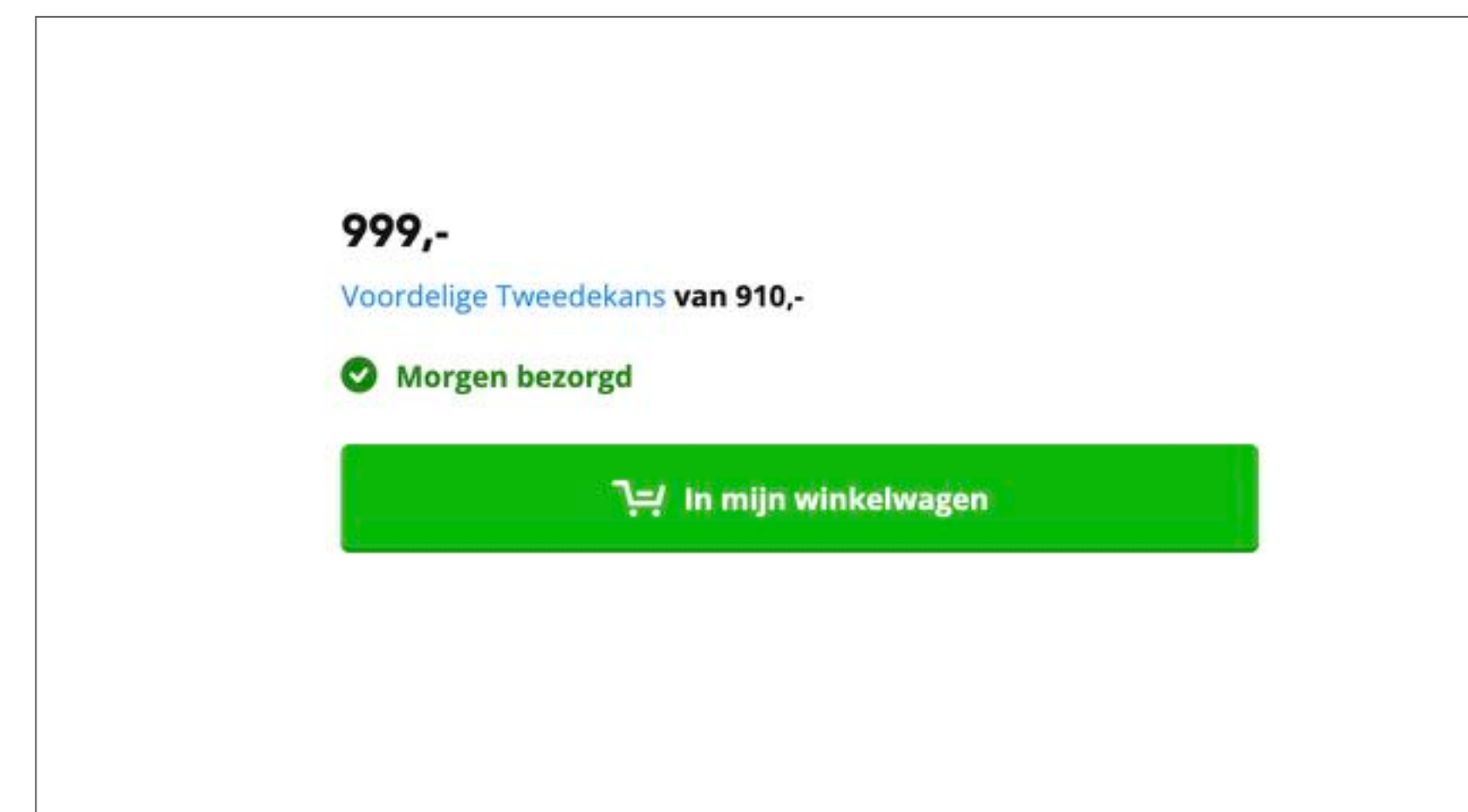
✓ Vloeiend scrollbaar

Trek je CTA-knop weg bij de prijs

➤ Houd het CTA-gebied positief



✘ Prijs dichtbij call-to-action



✔ Positieve claim bij winkelwagenknop

Winkelwagentje

Bestel nu en je bestelling wordt gratis verzonden!



Rolfstone Air Balance - Luchtreiniger / Air Purifier met vervangbaar HEPA 13 filter + koolstoffilter - Werkt tegen huisstofmijt, hooikoorts, allergie, stof, - CADR: 160m3/h. - 3 standen + slaapstand en automatische stand - Luchtkwaliteit indicator

Rolfstone

Optioneel:

- Oude apparaat retour ⓘ

★★★★★ (79)

Op voorraad. Voor 23:59 uur besteld, vrijdag in huis

Verkoop door [Rolfstone](#)

Aantal

€ 109,00

♥ Verplaats naar verlanglijstje

🗑 Verwijder

✘ Verwijderknop bij prijs

Winkelwagentje

Bestel nu en je bestelling wordt gratis verzonden!



Rolfstone Air Balance - Luchtreiniger / Air Purifier met vervangbaar HEPA 13 filter + koolstoffilter - Werkt tegen huisstofmijt, hooikoorts, allergie, stof, - CADR: 160m3/h. - 3 standen + slaapstand en automatische stand - Luchtkwaliteit indicator

Rolfstone

Optioneel:

- Oude apparaat retour ⓘ

★★★★★ (79)

Aantal

Op voorraad. Voor 23:59 uur besteld, vrijdag in huis

€ 109,00

Verkoop door [Rolfstone](#)

♥ Verplaats naar verlanglijstje

🗑 Verwijder

✓ Verwijderknop bij product



bol.com

Deze week héél véél
Select-Deals

Bekijk nu alle deals

Scherp geprijsde
internationale titels



Outlet boeken
voor uitgelezen lezing



Korting op
boeken



Tot 88% Select-berging*



Je bekeek

Ook het bekijken waard

Eye Tracker

EEG



Prijs Design Webinar

Topics van vandaag



De Psychologie van prijsdesign

Hoe subtiele designaspecten prijsperceptie beïnvloeden



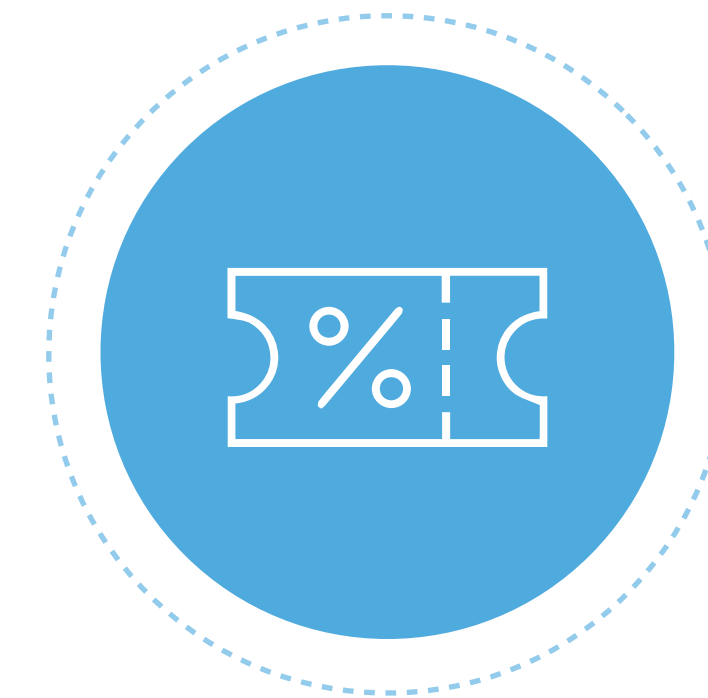
Het Schap

Designtechnieken voor prijs in korting in retail



Online

Technieken voor effectief prijsdesign op desktop en mobile



Aanbiedingen

Zo ontwerp je de perfecte korting

1. On Sale

- Signing met on-sale werkt zeer effectief, zelfs zonder noemenswaardige korting (Anderson & Simester, 2013)
- Het heeft een verkoopverhogend effect totdat 25% van alle producten in een omgeving een sale-cue bevatten (Anderson & Simester, 2001)




2. Plaats oude prijs links van nieuwe

- Hoogste prijs links is het makkelijkst te berekenen, waardoor korting groter voelt



Van ~~€ 0.60~~ Voor € 0.48

✓ Makkelijk

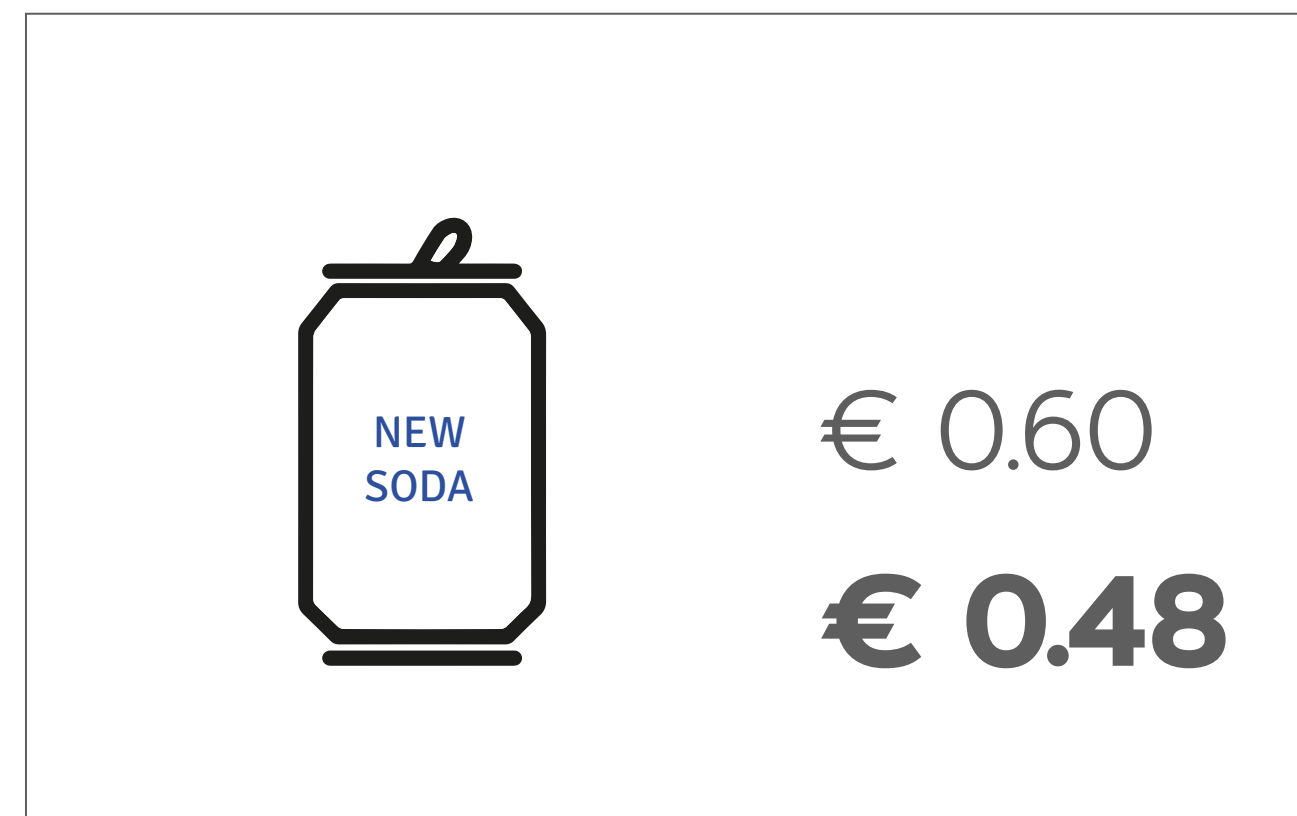


Voor € 0.48 Van ~~€ 0.60~~

✗ Moeilijk

3. Design met Embodied Cognition technieken

- Fysieke aspecten roepen mentale associaties op



Rationeel kortingsdesign



€ 0.60

€ 0.48

Rationeel kortingsdesign



Fysieke afstand = mentale sprong



€ 0.60

€ 0.48

Kleine prijs = "kleine prijs"



€ 0.60

€ 0.48

Dunne prijs = "kleine prijs"



Van

~~€ 0.60~~

Voor

€ 0.48

Clarity Booster



Van

~~€ 0.60~~

Voor

€ 0.48

Warme kleuren leiden tot actie

Take-Aways: De Psychologie van Prijs

- ✓ **In je prijs(kaartje) breinvriendelijk ontworpen?** Pas psychologische designprincipes toe.
- ✓ **Is je prijs op alle touch points geoptimaliseerd?** Online en offline kennen elk hun eigen kansen en valkuilen.
- ✓ **Heb je inzicht hoe je prijs op dit moment ervaren wordt?** Neuro onderzoek geeft inzicht in onbewuste prijsperceptie