

Politique de Prix pour les Offres Perxonomiz

Stratégie de Tarification

1. **Positionnement Haut de Gamme** : Le produit vise une clientèle consciente de la gestion financière et prête à investir pour une meilleure organisation de ses finances. La tarification reflète cette valeur.
2. **Effet de Gamme** : Des écarts de prix progressifs entre les offres permettent d'inciter à monter en gamme.
3. **Offres Abonnement & Produits Physiques** : Inclusion des carnets et caisses pour les abonnements annuels crée un levier d'engagement et de fidélisation.
4. **Stratégie d'Incitation** : Tarification plus attractive sur les abonnements longs pour pousser à l'engagement.

1 Tarification des Abonnements (en FCFA)

Offres	3 Mois	6 Mois (- 5%)	12 Mois (- 10%)	Cadeau Abonnement 12 mois
Épargne				
Basic	6 000	11 400	21 600	-
Medium	12 000	22 800	43 200	1 Carnet
Premium	20 000	38 000	72 000	1 Caisse
Budget				
Basic	6 000	11 400	21 600	-
Medium	12 000	22 800	43 200	1 Carnet
Premium	20 000	38 000	72 000	1 Caisse
Gestion Pro				
Premium	30 000	57 000	108 000	1 Caisse + 1 Carnet

Explication des prix

- **Basic** : Positionné comme une offre d'entrée de gamme accessible pour attirer un maximum d'utilisateurs.

- **Medium** : Positionné pour les utilisateurs plus engagés, avec une valeur perçue plus élevée.
 - **Premium** : Tarification plus élevée pour refléter l'accès exclusif aux fonctionnalités avancées.
 - **Gestion Pro** : Prix premium pour les professionnels ou les personnes voulant une gestion financière complète.
-

2 Tarification des Produits Physiques (Hors Abonnement)

Produit	Prix de Revient	Prix de Vente (x2,5)
Carnet	5 000 FCFA	12 500 FCFA
Caisse	8 000 FCFA	20 000 FCFA

Explication des prix

- **Marge x2,5** : Permet d'absorber les coûts liés à la distribution et de valoriser l'aspect exclusif du produit.
 - **Offert sur les abonnements 12 mois** : Création d'un effet de valeur et d'engagement long terme.
-

Résumé des Objectifs de la Politique de Prix

- ✓ **Accessibilité** en entrée de gamme.
- ✓ **Incitation à la montée en gamme** par des écarts de prix logiques.
- ✓ **Engagement sur le long terme** grâce aux réductions et cadeaux.
- ✓ **Maximisation des revenus** avec une marge stratégique sur les produits physiques.