



# Stratégie n° 10

## La stratégie d'encerclement

### Principe :

La stratégie d'encerclement est utilisée si vous avez une gamme de produit et si vous êtes sur un marché concurrentiel. Le but est de définir des prix qui vont « encercler » les prix de vos concurrents.

Votre prix bas sera parmi les prix les plus bas et idem pour votre prix haut.

Cette stratégie fonctionne d'autant mieux si les produits que vous proposez sont différenciants (mieux placés que la concurrence).

### Exemple :

Les activités qui utilisent cette stratégie sont :

- l'hôtellerie,
- Le transport aérien,
- La location de voitures.
- Etc...

Exemple avec les tarifs aériens pour un voyage aller retour Paris New-York (données du 18 mars 2020 // aller le 20 mai – retour le 27 mai),

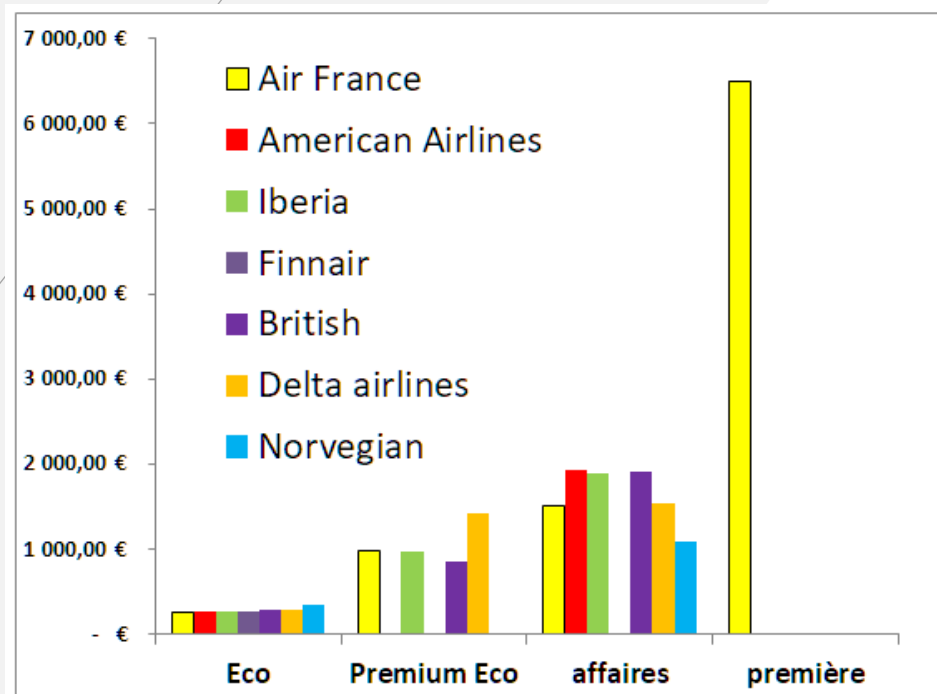
Le 1<sup>er</sup> prix en classe **Eco** d'Air France est le plus bas du marché, les prix **premium** et **affaires** en milieu de gamme, et la **première** avec un prix haut reste isolée.

	Eco	Premium Eco	affaires	première
Air France	258,00 €	979,00 €	1 506,00 €	6 507,00 €
American Airlines	265,00 €		1 922,00 €	
Iberia	270,00 €	959,00 €	1 882,00 €	
Finnair	270,00 €			
British	284,00 €	844,00 €	1 903,00 €	
Delta airlines	281,00 €	1 420,00 €	1 526,00 €	
Norwegian	331,00 €		1 076,00 €	



# Stratégie n° 10

## La stratégie d'encerclement



### Avantages :

- Avec un prix d'appel bas, vous attirez les clients. Vous pouvez ensuite leur proposer d'autres offres.
- Difficile pour la concurrence de s'aligner ou de faire une contre proposition.

### Inconvénients:

- Demande des ressources pour Benchmarker la concurrence.
- Attention à ne pas faire des offres incohérentes avec le marché.

### Conclusion:

Cette stratégie peut être un complément à du Pricing dynamique par exemple. Les prix bas attirent les clients. Et, en montrant les avantages des autres offres vis-à-vis de la concurrence, vous pouvez faire basculer vos clients vers une offre supérieure.