

التسعير في سبينيس يشبه استراتيجية التسعير الفاخرة المبنية على الجودة، تعتمد سبينيس على التسعير لفئة من العملاء يهتمون بالجودة وتضع الشركة نفسها كوجهة للمنتجات الفاخرة والمستوردة، وقد تكون الأسعار أعلى أيضاً من المتاجر المنافسة، العملاء الذين لا يجدون مشكلة في دفع المزيد مقابل المنتجات عالية الجودة، أيضاً التسعير الديناميكي المبني على السوق المحلية، تتبع سبينيس سياسة تسعير عالية أحياناً وتعديل أسعارها بناءً على السوق المحلية، أيضاً العروض الخاصة والخصومات، تستهدف سبينيس العملاء الذين يبحثون عن الجودة وتقدم عروضاً وخصومات خاصة لجذب المستهلكين. إبراز منتجات سبينيس مثل المنتجات الطازجة والمستدامة تعتبر سبينيس من الشركات التي تركز على المنتجات الطازجة والعضوية وتقدم مجموعة واسعة من الفواكه والخضروات الطازجة والعضوية والمستوردة وتركز على المنتجات المستدامة والصحية، كما يهتم التنظيم الفاخر لمتاجر سبينيس بتجربة تسوق راقية من خلال التصميم والتنظيم ويتم ترتيب المنتجات بطريقة تسهل على العملاء الوصول إليها. تضع سبينيس نفسها في السوق باعتبارها تركز على سوق السلع الفاخرة والمتوسطة إلى الراقية تتمركز سبينيس في سوق البقالة كعلامة تجارية تستهدف شرائح السلع الفاخرة والمتوسطة إلى الراقية وتركز على توفير منتجات فاخرة ومستدامة للأشخاص الذين يبحثون عن تسوق عالي الجودة وتهدف أيضاً المهتمين بالمنتجات الصحية والعضوية. كما أن الانتشار الإقليمي لسبينيس له فروع عديدة في الدول ويركز على أسواق الشرق الأوسط مما يجعله حضوراً إقليمياً قوياً في السوق. ترويج سبينيس للمنتجات مثل الإعلانات التقليدية والرقمية تعتمد سبينيس على مزيج من الإعلانات التقليدية مثل الصحف والمجلات جنباً إلى جنب مع التسويق الرقمي الذي يشمل مواقع التواصل الاجتماعي. تستخدم سبينيس أيضاً عروضاً ترويجية خاصة لتشجيع العملاء على تجربة المنتجات والشراء منها. تقدم سبينيس أيضاً برامج ولاء لتعزيز العلاقات مع العملاء مثل برامج النقاط التي يمكن للعملاء استخدامها في عملية الشراء.