



Osons défendre nos prix ! Osons défendre nos marges !



Les Rencontres CréActives
Saint Quentin en Yvelines
28 Novembre 2017

Isabelle Trouillet / Novembre 2017



Osons défendre nos prix ! Osons défendre nos marges !



Quoi ?

Que représente le « prix » ?

Quand et Pourquoi ?

Défendre ses prix ... pas toujours facile

Comment défendre son prix ?

La Clé du succès ?

Une stratégie claire

Isabelle Trouillet / Novembre 2017

Strat & WIN
LA STRATÉGIE AU SERVICE DE VOTRE CROISSANCE

Que représente le juste prix ?

Valeur d'achat €€€

Perception par la « cible »

PRIX

eur de ente €€€

on d'un al

Isabelle Trouillet / Novembre 2017

Strat & WIN
LA STRATÉGIE AU SERVICE DE VOTRE CROISSANCE

Défendre ses prix ... pas toujours facile

Mise en concurrence « ils sont moins chers »

Négociation « Vous pouvez nous faire un prix ? Une remise ?

Quand ?

Remise en cause du tarif « c'est cher »

Prospection « ça coûte combien ? »

Isabelle Trouillet / Novembre 2017

Strat & WIN
LA STRATÉGIE AU SERVICE DE VOTRE CROISSANCE

Défendre ses prix ...
pas toujours facile

Pourquoi est-ce
si difficile ?

Peur de la réaction

Peur de ne pas vendre

Prix non assumé ↔ Manque de confiance et de certitude sur ce prix

Isabelle Trouillet / Novembre 2017

Strat & WIN
LA STRATÉGIE AU SERVICE DE VOTRE CROISSANCE

Comment défendre son prix ?

Maîtriser pour assumer ...

Assumer pour expliquer et donc défendre !

Votre prix doit correspondre à votre réalité

*Il n'est pas de vent favorable pour celui qui ne sait où il va. »
Sénèque*

Isabelle Trouillet / Novembre 2017

Comment défendre son prix ?

Éléments à prendre en compte

Ne jamais oublier
que **le prix de vente n'a de sens**
que s'il permet d'être **rentable**

Isabelle Trouillet / Novembre 2017

Comment défendre son prix ?

Maîtriser le calcul de
votre coût de revient
→ Rentabilité

Coût de revient
=
Coûts d'achat et d'approvisionnement
+
Coûts de production
+
Coûts de distribution
+
Coûts administratifs

Prix de revient : **prix minimum en dessous duquel on ne peut pas vendre**

Isabelle Trouillet / Novembre 2017

Comment calculer son prix de vente ?

Prix de vente HT = coût de revient HT + marge commerciale

Plusieurs éléments à prendre en compte :

- SURTOUT et INDISPENSABLE : le coût de revient !
- Taux de marge (argent que l'on veut gagner / bénéfices)
- Prix du marché (concurrence)
- Enjeux et impacts psychologiques de l'offre que l'on veut valoriser (luxe, sur-mesure, service ++ ...)

Ajustements
si besoin
Décisions

Isabelle Trouillet / Novembre 2017

La clé du succès ?

L'enjeu d'une stratégie
claire et cohérente

Approche globale
Stratégie d'entreprise



ADAPTABILITE



Equilibre entre l'offre et la demande
VENTE

Le prix (valeur) doit devenir quasi INDISCUTABLE
même s'il peut toujours être NEGOCIABLE

Isabelle Trouillet / Novembre 2017

Conclusion

Le prix n'est pas un problème s'il est le JUSTE prix

Deux raisons principales à un mauvais CA ou à une baisse des ventes :

On n'a pas SU CONVAINCRE

- lorsqu'on ne maîtrise pas les bons arguments
- lorsqu'on oublie de penser « client »
- lorsque la stratégie devient inadaptée à l'environnement

**Le budget du prospect n'est pas en adéquation
-> erreur de cible / positionnement**

Conclusion

Le prix est LEGITIME



Lorsqu'on sait ce qu'il représente (pas le hasard !)
Lorsqu'on est capable de justifier cette valeur (déjà à soi-même) et
qu'elle devient donc Légitime, voire Indiscutable

Lorsqu'il est la conséquence évidente d'une réflexion stratégique
cohérente et claire !

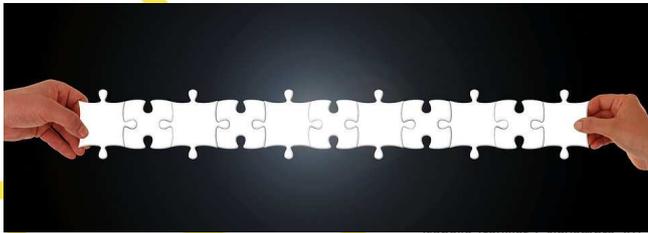


MERCI DE VOTRE ATTENTION



« Le succès est une conséquence et non un but. »

Gustave Flaubert (1821-1880)



« Un bon archer atteint la cible avant même d'avoir tiré »

Zhao Buzhi (1053-1110)