



PENSEZ VOS PRIX POUR MAXIMISER VOTRE PERFORMANCE COMMERCIALE

Parmi les sujets stratégiques, le pricing est l'un de ceux qui a le plus de potentiel en termes de génération de valeur. Pour autant cette valeur semble souvent difficile à capturer tant le sujet est devenu complexe : multiplicité des références produits, difficulté à se positionner sur le marché et à appréhender la valeur pour le client, écarts structurels entre les tarifs catalogue et les prix finaux réellement appliqués, architecture complexe des remises, difficulté à valoriser les services associés, etc.

Les conséquences sont immédiates : pertes de marges, impossibilité à piloter les prix et les remises, trop forte dépendance aux facteurs humains, risque d'enfermement dans des logiques prix sous-performantes.

Nous proposons un séminaire d'une journée mêlant une **introduction économique** permettant de donner un **cadre conceptuel et méthodologique** pour définir sa stratégie-prix, des **cas pratiques** issus de notre expérience et un temps **d'échange et de partage d'expérience** pour présenter les questions à se poser afin de définir sa stratégie-prix et la boîte à outils mobilisable pour y répondre.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation les participants seront en mesure de :

- ▶ Comprendre et reconnaître les principaux risques d'erreurs liés à la détermination des prix
- ▶ Comprendre la démarche à mettre en œuvre pour déterminer ses prix de manière optimale

Prérequis

- Appétence pour l'approche analytique et quantitative
- Connaissances du pricing dans le milieu retail

Modalités pédagogiques :

Public :

- ▶ Chefs d'entreprises
- ▶ Directeurs commerciaux





Déroulé de la formation :

- ▶ Durée : 1 journée
 - ½ journée : Exposition des principes généraux
 - ½ journée : Mise en application sur des cas concrets

Synthèse du déroulé

- ▶ **Matin : format plénière, exposé théorique, exemples, questions**
 - Les 5 piliers de la stratégie-prix : présentation du cadre méthodologique et du rationnel économique (2h)
 - Les grandes erreurs à éviter :
 - Focalisation sur les coûts
 - Erreur sur la valeur client
 - Pilotage inadapté
- ▶ **Après-midi : Adaptation du cadre méthodologique aux entreprises présentes : ateliers pour détourner une feuille de route**

Pour chaque pilier de la stratégie-prix :

 - Les questions que l'on doit se poser
 - Les données idéales pour y répondre et comment les approcher

Moyens spécifiques de la formation :

- ▶ Formateur avec une expérience significative sur les sujets Pricing (> 5 ans)
- Moyens pédagogiques : une présentation powerpoint, un support d'atelier
- ▶ Dispositif de suivi de la formation : feuille de présence

- ▶ **Contact : formations@veltys.com**
- ▶ **01 87 44 69 70**