



# RETROUVER LA MAITRISE DE VOS PRIX EN BTOB

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, écarts structurels entre les tarifs catalogue et les prix finaux réellement appliqués, architecture complexe des remises, décentralisation de la décision auprès des équipes locales, 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, incapacité à challenger les commerciaux.

## Objectifs :

Nous proposons un séminaire d'une journée mêlant une **introduction économique** permettant de donner un **cadre conceptuel** au sujet du pricing, des **cas pratiques** issus de notre expérience et un temps **d'échange et de partage d'expérience** pour adapter au mieux la formation aux attentes des participants.

## Objectifs pédagogiques :

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

- ▶ Comprendre les fondements théoriques du pricing en B2B
- ▶ Adapter sa stratégie prix aux différents cas concrets du B2B

## Modalités pédagogiques :

Public :

- ▶ Chefs d'entreprises B2B
- ▶ Directeurs commerciaux B2B

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**
  - Introduction : contexte général et panorama des thèmes à couvrir pour traiter le sujet du pricing
  - Le pricing au service de la stratégie de l'entreprise



- Approche économique du pricing et méthodes de fixation des prix
  - Prise en compte de la variété de l'offre (segmentation, yield, cohérence de gamme, etc.)
  - Prix publics et remises
  - Notions de conformité juridique
  - Promotions et cycle de vie des produits (optionnel - en fonction du public, orienté B2C)
  - Organisation et process (introduction - développé en ateliers)
- ▶ **Après-midi : Ateliers thématiques autour de cas pratiques, exemples de thématiques au choix :**
- Erreurs classiques et poches de valeurs immédiates
  - Management du prix
  - Monitoring des remises et incitations des commerciaux
  - Rôle de la data
  - Digitalisation et décarbonation
  - Outils et compétences / conduite du changement
  - Appels d'offres, enchères, enchères inversées
  - Marchés locaux
  - Révision des prix dans un contexte inflationniste sur les coûts

Moyens spécifiques de la formation :

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

- ▶ **Contact :** [formations@veltys.com](mailto:formations@veltys.com)
- ▶ **01 87 44 69 70**