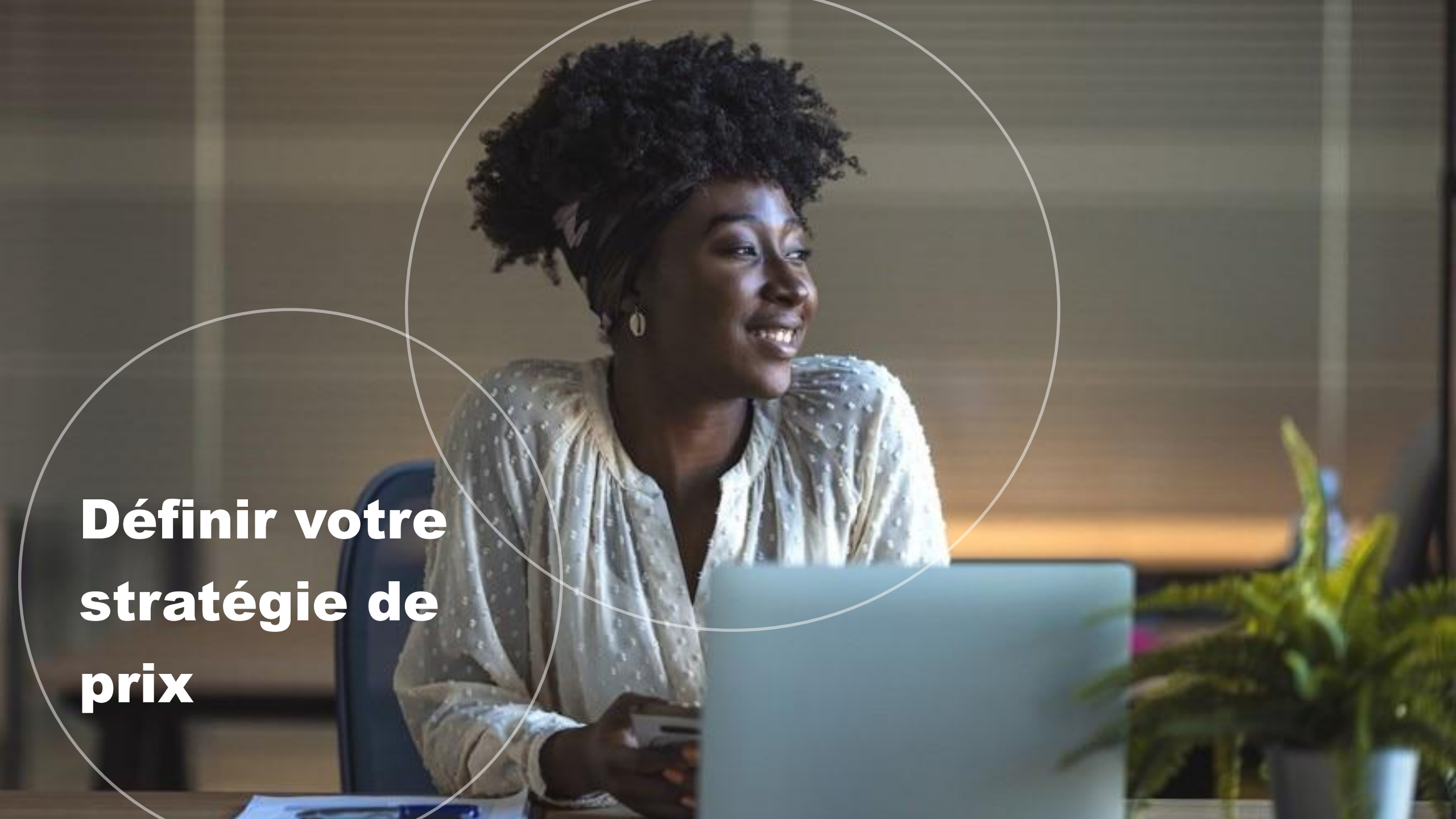




**Définir votre
stratégie de
prix**

Les trois principales composantes du coût du produit

Matériaux directs

Cela comprend le coût des matières premières ou des pièces qui entrent directement dans la production.

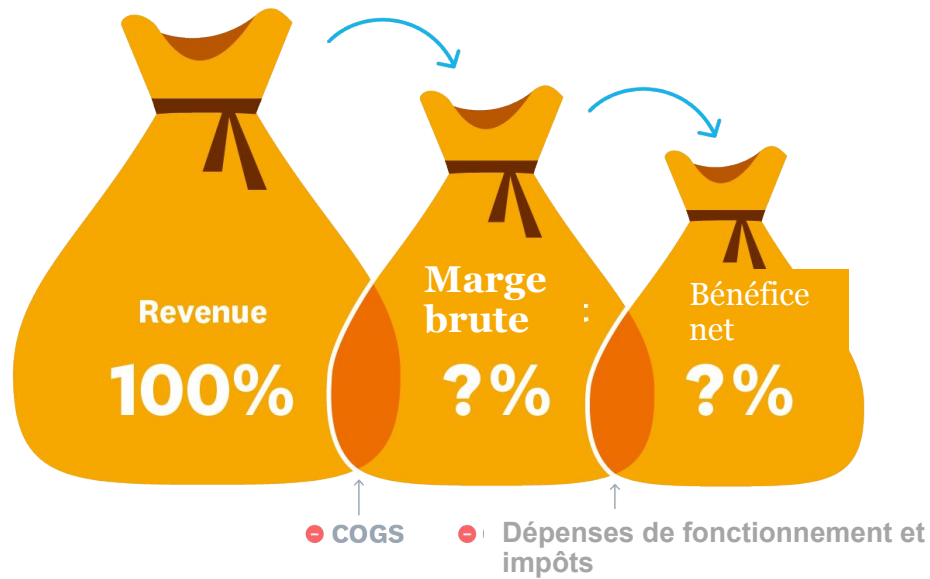
Travail direct

Il s'agit des salaires et des avantages sociaux versés aux employés directement impliqués dans la fabrication ou la production.

Frais généraux

Les frais généraux typiques sont le loyer des installations de production, l'électricité et l'amortissement des équipements.

Trois types de marges



Marge bénéficiaire nette
Mesure globale, qui soustrait toutes les dépenses des ventes, y compris les taxes.

Marge bénéficiaire brute
Mesure la rentabilité de base en déduisant les coûts de production des ventes.

Marge bénéficiaire opérationnelle
Indique le revenu restant après déduction de toutes les dépenses d'exploitation.

Comment fixer votre prix

Le bon prix est toujours celui que le client est prêt à payer pour un produit ou un service, mais ce n'est pas toujours le prix annoncé.



SEGMENTER LA STRUCTURE DES PRIX :

- Sur les produits pour construire un effet de gamme
- Sur l'usage :
 - Susciter la fidélité - par exemple, premium/freemium ou réduction sur X achats
 - Encourager l'acquisition - par exemple : première utilisation gratuite
- Selon les canaux - par exemple : prix en ligne contre prix en magasin
- Selon la catégorie d'utilisateurs - par exemple, parrainage, pool d'utilisateurs bêta...

=> Toujours opter pour une segmentation logique, simple et compréhensible pour le client