

Déterminer son prix de vente et optimiser sa marge

Développement commercial -

En résumé

Pour chaque entreprise, il est important d'établir le bon prix pour vendre ses produits et / ou ses services. Celui-ci doit être déterminé en prenant en compte plusieurs critères, notamment ce que les clients sont prêts à payer, le prix proposé par les concurrents mais également la marge souhaitée.

Cette formation de 2 jours vous permettra de prendre en compte tous les critères nécessaires pour établir le prix de vente le plus pertinent.

Objectifs :

- Comprendre la notion de prix dans l'environnement marketing et économique de l'entreprise.
- Connaître les aspects politiques, stratégiques et tactiques du prix.
- S'approprier les notions essentielles des conditions générales et réglementaires du prix.
- Présenter son prix en maintenant une bonne relation client.

Prérequis :

Aucun prérequis n'est exigé pour suivre cette formation.

Participants :

Managers d'équipe commerciale, chefs de produits, responsables du poste client.

Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur, spécialisé dans le domaine du commerce et de la vente.

Tous nos consultants formateurs répondent aux exigences de notre système qualité.

Le contenu

1. Les aspects politiques de la fixation des prix

La composition du prix du point de vue comptable.

L'environnement juridique, les lois.

Les règles et les usages économiques.

Les indices permettant la surveillance.

700 €
Net de taxe par personne

T3 PRIXMARGE 22-B23


2 jours, soit 14 heures

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

Sessions à venir - Nous contacter

2. Les aspects stratégiques

Le prix, élément du Marketing Mix et les trois variantes possibles (écrémage, pénétration, concurrence).

L'élasticité du prix, élément de gestion et de développement de l'entreprise.

Les calculs commerciaux essentiels (marge, remise).

La problématique de l'acheteur.

3. Les différentes méthodes de fixation du prix

Prix psychologique, prix magique.

Prix de revient, de cession.

Dilemme entre rentabilité et part de marché.

Les stratégies de relises possibles (les promos, les prix d'appel...).

4. Conditions générales de vente et contraintes règlementaires

L'environnement légal : principes et cas particuliers.

Les adaptations du prix.

5. Rôle du vendeur

Comment présenter le prix

Les typologies des acheteurs.

L'attitude et le comportement "clair-parlant".

Le choix du moment de la présentation et la méthode.



Méthodes, moyens et suivi

Méthodes pédagogiques et moyens techniques

CCI Formation met à disposition de ses clients l'ensemble des moyens pédagogiques nécessaires à l'exécution de cette formation conformément aux éléments présentés.

Tests et jeux : "la gestion du prix" et "comment traiter le prix".

Apports théoriques.

Mises en situations.

Partages d'expériences.

Analyse transactionnelle.

Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Suivi de l'action

Une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.

