

PARTIE 5

# Les études de prix



SEO-ont.ca

# Table des matières

|                                                           |          |
|-----------------------------------------------------------|----------|
| <b>L'importance du prix dans une stratégie d'affaires</b> | <b>1</b> |
| <b>Établir vos objectifs en matière de prix</b>           | <b>5</b> |
| <b>Méthodes d'établissement des prix</b>                  | <b>5</b> |
| <b>Stratégies de tarification</b>                         | <b>5</b> |
| <b>Gestion des prix à long terme</b>                      | <b>7</b> |
| <b>Exercices pratiques et quiz de compréhension</b>       | <b>8</b> |
| Exercices pratiques                                       | 8        |
| Quiz de compréhension                                     | 9        |

# L'importance du prix dans une stratégie d'affaires

Une stratégie de prix solide est essentielle pour toute entreprise souhaitant prospérer dans un marché concurrentiel. Dans cette partie, nous explorerons les étapes clés pour développer une stratégie de prix efficace, en mettant l'accent sur la compréhension de votre marché et de vos clients, l'examen de la concurrence, la définition d'objectifs de prix appropriés, l'utilisation de différentes méthodes d'établissement des prix, l'adoption de stratégies de prix adaptées et la gestion à long terme de vos prix.

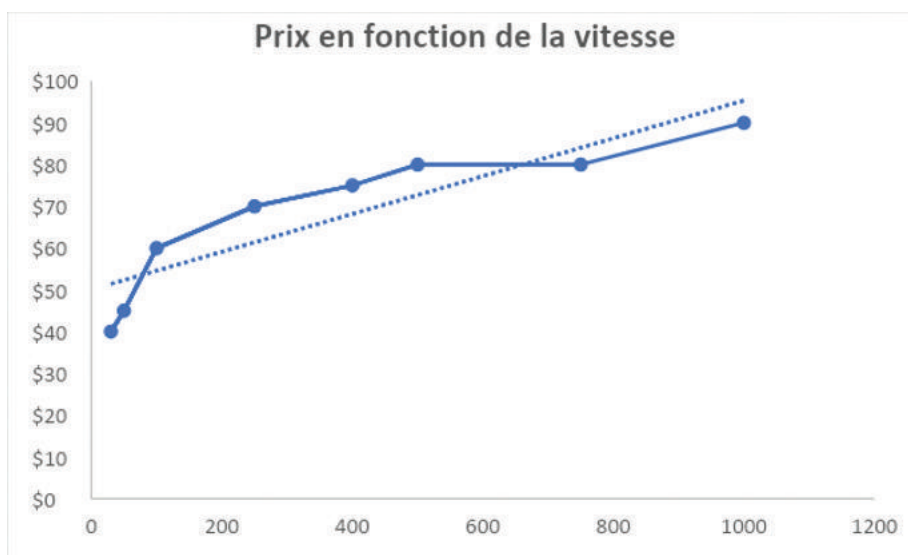


# Méthodes pour analyser les prix

Avant de définir une stratégie de prix, il est crucial de comprendre votre marché et vos clients de manière approfondie. Réaliser une analyse concurrentielle vous permettra d'identifier les acteurs clés du marché, leurs offres, et les fourchettes de prix existantes. Selon le contexte, il existe au moins deux grandes méthodes pour effectuer une étude de prix.

**Veille de marché :** Si des produits ou services concurrents existent déjà sur le marché, il s'agit de répertorier les prix annoncés par les différents acteurs en visitant les sites web de ces derniers. Les annonces publicitaires des compagnies peuvent également être utilisées pour avoir une idée des prix. Prenons l'exemple des services internet au Canada. Supposons les prix suivants pour un forfait mensuel chez 8 fournisseurs :

|               | Vitesse (Mb/s) | Prix  |
|---------------|----------------|-------|
| Fournisseur 1 | 30             | 40 \$ |
| Fournisseur 2 | 50             | 45 \$ |
| Fournisseur 3 | 100            | 60 \$ |
| Fournisseur 4 | 250            | 70 \$ |
| Fournisseur 5 | 400            | 75 \$ |
| Fournisseur 6 | 500            | 80 \$ |
| Fournisseur 7 | 750            | 80 \$ |
| Fournisseur 8 | 1000           | 90 \$ |



Dans cet exemple, les prix varient entre 40 \$ et 90 \$ selon la vitesse de téléchargement offerte. Une régression linéaire permet d'approximer le fonctionnement des grilles tarifaires des fournisseurs.

Selon cette analyse, un forfait devrait coûter environ 50 \$ + 5 sous par Mb/s. Dans le cas d'un forfait de 75 Mb/s, on pourrait donc s'attendre à payer environ 53,75 \$ par mois. Évidemment, plusieurs autres facteurs peuvent entrer en ligne de compte dans la stratégie de prix d'une entreprise, mais sa structure de coût est certes une pièce cruciale de l'équation.

**D'ailleurs, on verra plus loin que l'application de la formule de 50 \$ plus 5 sous par Mb/s au forfait Fibe Gigabit 1,5 de Bell donne un prix mensuel de 125 \$, soit exactement le prix affiché par Bell sur internet.**

**Étude de perceptions :** Il est fréquent que les consommateurs, qu'il s'agisse de particuliers ou d'entreprises, ne prennent pas le temps de comparer les prix des produits ou services. En conséquence, ils peuvent développer des perceptions différentes des prix réels pratiqués sur le marché, surtout lorsqu'il s'agit de nouveaux produits ou services.

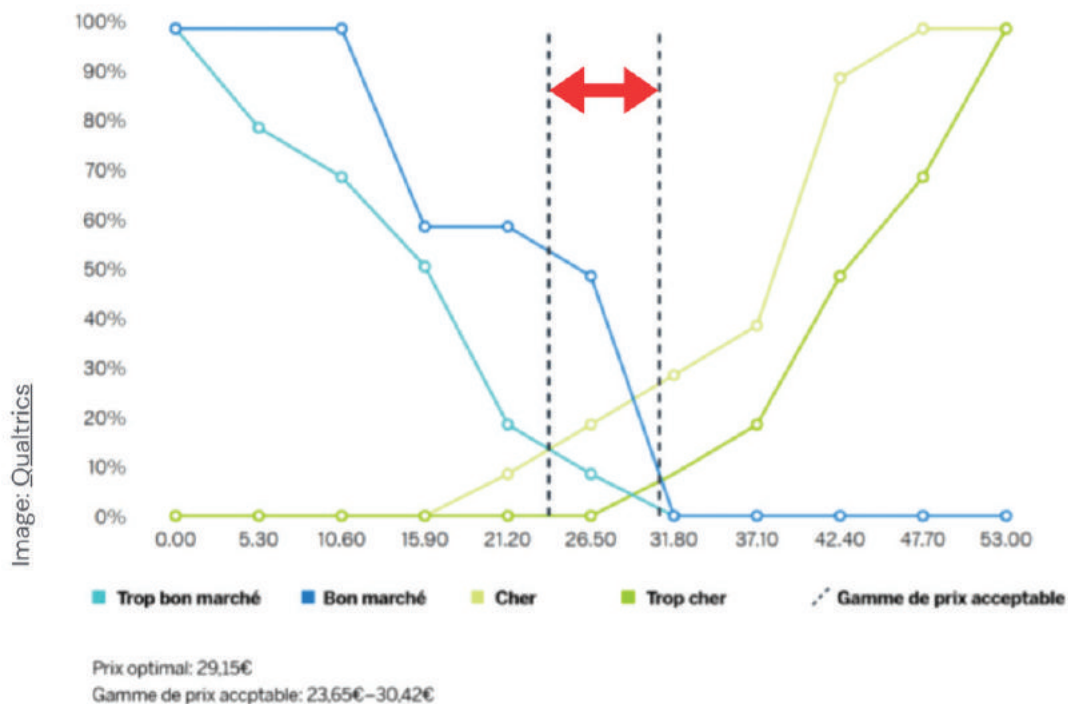
Une étude des perceptions de prix consiste à réaliser un sondage en ligne auprès des Canadiens de manière à mieux comprendre le prix qu'ils sont prêts à payer pour certains produits ou services et dans quelle mesure certains fournisseurs sont perçus comme plus chers que d'autres.

Pour déterminer le prix d'un nouveau produit ou service, le **modèle de Van Westendorp** peut s'avérer utile. Il consiste à poser quatre questions aux répondants sur le prix qu'ils sont prêts à payer et ensuite en déduire l'intervalle de prix raisonnable attendu des consommateurs. Le prix final devra tenir compte du prix de revient (les coûts), du positionnement souhaité par votre entreprise ainsi que de la situation concurrentielle sur le marché au moment de lancer votre produit/service.

## LE MODÈLE DE VAN WESTENDORP

Les quatre questions à poser pour déterminer la fourchette de prix d'un produit ou service

- ▶ À quel prix ce produit/service vous paraîtrait-il trop cher pour l'acheter ?
- ▶ À quel prix ce produit/service vous paraîtrait-il cher, mais vous seriez quand même susceptible de l'acheter ?
- ▶ À quel prix ce produit/service vous paraîtrait-il trop bon marché pour l'acheter, car vous doubteriez de sa qualité ?
- ▶ À quel prix ce produit/service vous paraîtrait être une bonne affaire ?



**som**

**L'analyse conjointe** vise à déterminer les préférences des consommateurs concernant différentes combinaisons d'attributs (y compris le prix) d'un produit ou service, de manière à isoler l'impact de chaque attribut et ainsi optimiser le produit ou le service offert (en créant de nouveaux forfaits par exemple).

Par exemple, un consommateur préfère-t-il payer un forfait cellulaire de 30 Mb/s à 40 \$ ou un forfait de 50 Mb/s à 50 \$? L'analyse conjointe va permettre de comprendre quelle importance les consommateurs accordent à la vitesse de téléchargement. On peut bien sûr intégrer d'autres facteurs à l'analyse comme la limite de données que l'on peut télécharger par mois ou le coût des services d'itinérance (lorsque l'on est à l'étranger).

## Établir vos objectifs en matière de prix

Définir des objectifs de prix clairs est essentiel pour orienter votre stratégie de prix. Par exemple, si vous êtes une jeune pousse technologique cherchant à acquérir rapidement des parts de marché, une approche de tarification de pénétration pourrait être appropriée. Cela impliquerait de fixer des prix initiaux bas pour attirer rapidement une clientèle nombreuse.

À l'inverse, si vous offrez des produits de luxe, une stratégie de tarification haut de gamme basée sur la valeur perçue peut vous aider à renforcer l'image de marque et à réaliser des marges plus élevées.

En parlant de marges, il est crucial de veiller à la rentabilité de votre entreprise. Prenons l'exemple d'un fabricant de produits électroniques. Si sa marge bénéficiaire est trop faible en raison d'une tarification trop agressive, cela pourrait affecter sa capacité à investir dans la recherche et le développement de nouveaux produits. Trouver l'équilibre entre des prix compétitifs et une marge bénéficiaire suffisante est donc un défi clé lors de l'établissement de votre stratégie de prix.



# Méthodes d'établissement des prix

Il existe plusieurs méthodes pour déterminer vos prix. L'une d'entre elles est la tarification basée sur les coûts plus la marge bénéficiaire. Prenons l'exemple d'une entreprise de fabrication de meubles. Vous pouvez calculer les coûts de production (matériaux, main-d'œuvre, frais généraux) et ajouter une **marge bénéficiaire** pour obtenir votre prix de vente. Cependant, cette méthode ne prend pas en compte les préférences et la perception de valeur des clients.

La tarification par **valeur perçue** constitue une approche plus axée sur les clients. Imaginons que vous proposez un logiciel de gestion innovant qui permet aux entreprises de réaliser des économies significatives de temps et d'argent.

Dans ce cas, votre stratégie de tarification pourrait se concentrer sur les avantages et la valeur ajoutée que vos clients perçoivent en utilisant votre produit, plutôt que seulement sur les coûts de développement.

## Stratégies de tarification

Les stratégies de tarification varient en fonction des objectifs de l'entreprise et des caractéristiques du marché. Par exemple, si vous souhaitez écouler un stock important rapidement, des **escomptes sur volume** pourraient être utiles. En effet, offrir des remises progressives pour les achats en quantité encourage les clients à acheter davantage.

Une stratégie basée sur des **forfaits** est également courante. Par exemple, si vous êtes une entreprise de diffusion en continu, vous pouvez proposer différentes offres d'abonnement pour répondre aux besoins et budgets variés de vos clients. Cela peut inclure un abonnement de base avec un accès limité à un prix plus bas et un abonnement plus complet avec des fonctionnalités avancées à un prix plus élevé.

Voici quelques exemples de stratégies de tarification réussies utilisées par des compagnies canadiennes :

**Air Canada - Tarification dynamique** : Air Canada utilise des stratégies de tarification dynamique pour ajuster les prix des billets en fonction de la demande, de la saison, de la concurrence et d'autres facteurs. Ils utilisent des algorithmes sophistiqués pour maximiser leurs revenus en fonction des taux d'occupation et des périodes de réservation. Cette flexibilité leur permet d'optimiser leurs bénéfices tout en offrant des options de voyage abordables.

**Bell Canada - Tarification par forfait** : Bell Canada propose des forfaits groupés pour ses services de télécommunications, tels que la télévision, l'internet et la téléphonie. Cette stratégie encourage les clients à souscrire à plusieurs services, ce qui favorise la fidélisation.

| Départ                                                                                                                                   | Bon                                                                                                                                                                                                         | Mieux                                                                                                                                                                                                       | Meilleur                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Internet pure fibre<br><b>Fibe 500</b>                                                                                                   | Internet pure fibre<br><b>Fibe 500</b>                                                                                                                                                                      | Internet pure fibre<br><b>Fibe Gigabit 1,5</b>                                                                                                                                                              | Internet pure fibre<br><b>Fibe Gigabit 1,5</b>                                                                                           |
| Télé Fibe<br><b>Départ</b>                                                                                                               | Télé Fibe<br><b>Départ +<br/>À la carte 10 + Crave</b>                                                                                                                                                      | Télé Fibe<br><b>Départ +<br/>À la carte 10</b>                                                                                                                                                              | Télé Fibe<br><b>Départ +<br/>À la carte 20</b>                                                                                           |
| Profitez d'un crédit de 15 \$/mois* pendant 2 ans.<br>Maintenant seulement :<br><b>85,00 \$/mois</b>                                     | Offre d'une durée limitée<br><b>89,00 \$/mois</b><br>Les prix Télé et Internet peuvent augmenter pendant l'abonnement.<br>Une installation à 0 \$ est offerte!                                              | Profitez d'un crédit de 15 \$/mois* pendant 2 ans.<br>Maintenant seulement :<br><b>115,00 \$/mois</b>                                                                                                       | Profitez d'un crédit de 15 \$/mois* pendant 2 ans.<br>Maintenant seulement :<br><b>125,00 \$/mois</b>                                    |
| Prix courant 100,00 \$/mois<br>Les prix Télé et Internet peuvent augmenter pendant l'abonnement.<br>Une installation à 0 \$ est offerte! | Prix courant 130,00 \$/mois<br>Les prix Télé et Internet peuvent augmenter pendant l'abonnement.<br>*Crédit octroyé à la fin de la période de facturation complète.<br>Une installation à 0 \$ est offerte! | Prix courant 130,00 \$/mois<br>Les prix Télé et Internet peuvent augmenter pendant l'abonnement.<br>*Crédit octroyé à la fin de la période de facturation complète.<br>Une installation à 0 \$ est offerte! | Prix courant 140,00 \$/mois<br>Les prix Télé et Internet peuvent augmenter pendant l'abonnement.<br>Une installation à 0 \$ est offerte! |
| <a href="#">Conditions de l'offre</a>                                                                                                    | <a href="#">Conditions de l'offre</a>                                                                                                                                                                       | <a href="#">Conditions de l'offre</a>                                                                                                                                                                       | <a href="#">Conditions de l'offre</a>                                                                                                    |
| <a href="#">Vérifier la disponibilité</a>                                                                                                | <a href="#">Vérifier la disponibilité</a>                                                                                                                                                                   | <a href="#">Vérifier la disponibilité</a>                                                                                                                                                                   | <a href="#">Vérifier la disponibilité</a>                                                                                                |

**Shopify - Tarification basée sur l'abonnement** : Shopify offre une plateforme de commerce électronique aux entreprises. Ils utilisent une tarification basée sur l'abonnement, avec plusieurs niveaux de service en fonction des besoins du client. Cela permet aux clients de choisir la solution qui convient le mieux à leur entreprise.

| Basic                                                                                                                                                                                                                                       | Shopify                                                                                                                                                                                                                                              | Advanced                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>\$38</b> CAD /mois                                                                                                                                                                                                                       | <b>\$99</b> CAD /mois                                                                                                                                                                                                                                | <b>\$389</b> CAD /mois                                                                                                                                                                                                                                  |
| Profitez de vos 3 premiers mois pour \$1/mois                                                                                                                                                                                               | Profitez de vos 3 premiers mois pour \$1/mois                                                                                                                                                                                                        | Profitez de vos 3 premiers mois pour \$1/mois                                                                                                                                                                                                           |
| Taux de carte de crédit<br><ul style="list-style-type: none"> <li>2,9% + 30¢ CAD en ligne</li> <li>2,7% + 0¢ CAD en personne</li> </ul>                                                                                                     | Taux de carte de crédit<br><ul style="list-style-type: none"> <li>2,7% + 30¢ CAD en ligne</li> <li>2,6% + 0¢ CAD en personne</li> </ul>                                                                                                              | Taux de carte de crédit<br><ul style="list-style-type: none"> <li>2,4% + 30¢ CAD en ligne</li> <li>2,4% + 0¢ CAD en personne</li> </ul>                                                                                                                 |
| Ce qui est inclus dans le forfait Basic :<br><ul style="list-style-type: none"> <li>Basic reports</li> <li>Jusqu'à 1.000 emplacements des stocks</li> <li>Jusqu'à 4% de réduction sur l'expédition</li> <li>2 comptes d'employés</li> </ul> | Ce qui est inclus dans le forfait Shopify :<br><ul style="list-style-type: none"> <li>Professional reports</li> <li>Jusqu'à 1.000 emplacements des stocks</li> <li>Jusqu'à 5% de réduction sur l'expédition</li> <li>5 comptes d'employés</li> </ul> | Ce qui est inclus dans le forfait Advanced :<br><ul style="list-style-type: none"> <li>Custom report builder</li> <li>Jusqu'à 1.000 emplacements des stocks</li> <li>Jusqu'à 5% de réduction sur l'expédition</li> <li>15 comptes d'employés</li> </ul> |
| <a href="#">Essayer gratuitement</a>                                                                                                                                                                                                        | <a href="#">Essayer gratuitement</a>                                                                                                                                                                                                                 | <a href="#">Essayer gratuitement</a>                                                                                                                                                                                                                    |

**WestJet - Tarification transparente** : WestJet, une compagnie aérienne canadienne, s'est démarquée en proposant une tarification transparente. Ils ont éliminé les frais cachés et inclus des avantages tels que les bagages enregistrés et les collations dans le prix du billet, ce qui simplifie le processus de réservation et renforce la satisfaction des clients.

**Lululemon - Tarification haut de gamme** : Lululemon, une entreprise de vêtements de sport, a réussi à créer une image de marque de haute qualité en pratiquant une tarification « premium ». Ils vendent des vêtements de sport à des prix plus élevés que la concurrence, mais leur qualité et leur image de marque ont attiré des clients prêts à payer davantage pour des produits de qualité.

## Gestion des prix à long terme

Une stratégie de prix n'est pas figée. Elle doit être continuellement évaluée et ajustée en fonction de l'évolution du marché et des besoins des clients. Les analyses de données et les retours d'information des clients peuvent fournir des informations précieuses pour apporter des modifications.

Prenons l'exemple d'une entreprise de vente au détail en ligne. Si un produit spécifique génère une demande élevée, vous pourriez envisager d'augmenter légèrement son prix pour augmenter vos marges bénéficiaires. En revanche, si un produit se vend moins bien que prévu, une promotion temporaire peut stimuler les ventes et éliminer les stocks excédentaires.

# Exercices pratiques et quiz de compréhension

## EXERCICES PRATIQUES

### Exercice 1

Pensez à votre produit ou service et élaborer une méthodologie qui va vous permettre de fixer votre prix de lancement.

### Exercice 2

Quelle est la stratégie de tarification à la base de votre raisonnement?

## QUIZ DE COMPRÉHENSION

- 1. Une veille de marché peut vous aider à comprendre les attentes des consommateurs en matière de prix.**
  - a. Vrai
  - b. Faux
  
- 2. L'analyse conjointe étudie uniquement l'effet du prix sur la décision du consommateur.**
  - a. Vrai
  - b. Faux
  
- 3. Une tarification basée sur la valeur perçue ne tient pas compte des coûts de production.**
  - a. Vrai
  - b. Faux
  
- 4. Une stratégie de prix doit évoluer dans le temps selon les conditions du marché.**
  - a. Vrai
  - b. Faux
  
- 5. Le modèle de Van Westendorp permet de fixer son prix avec précision.**
  - a. Vrai
  - b. Faux