

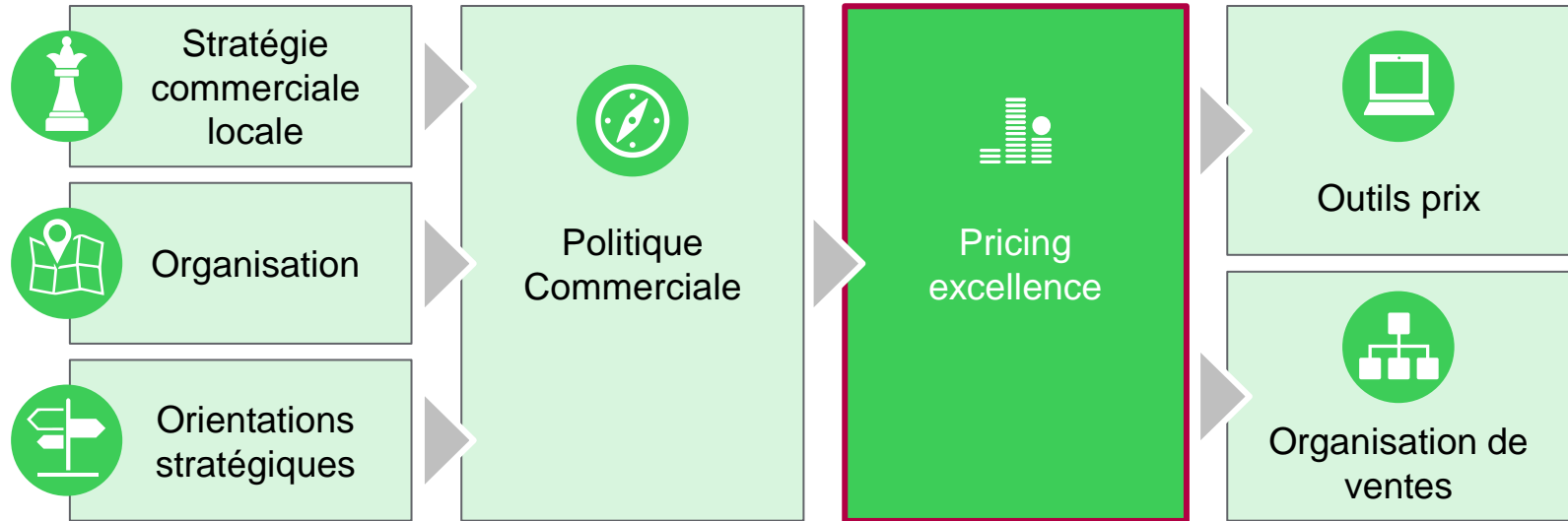
A nighttime city skyline, likely New York City, viewed through a window with a grid pattern. The buildings are illuminated with lights, and the sky is dark. The word "EFFICIENT" is overlaid in large, bold, green letters.

EFFICIENT

Dédiaboliser le Cost+

Club Pricing Français / Luís Liberal

Le prix est un élément clé de la stratégie commerciale globale



Tout cela doit être mis en place dans un contexte très complexe (interne et externe)



Le plus grand portefeuille de notre industrie couvrant **~300 000 références** organisées en plusieurs secteurs d'activité



La **globalisation** et le **e-commerce** se multiplient dans notre industrie et obligent à simplifier et à être plus agile

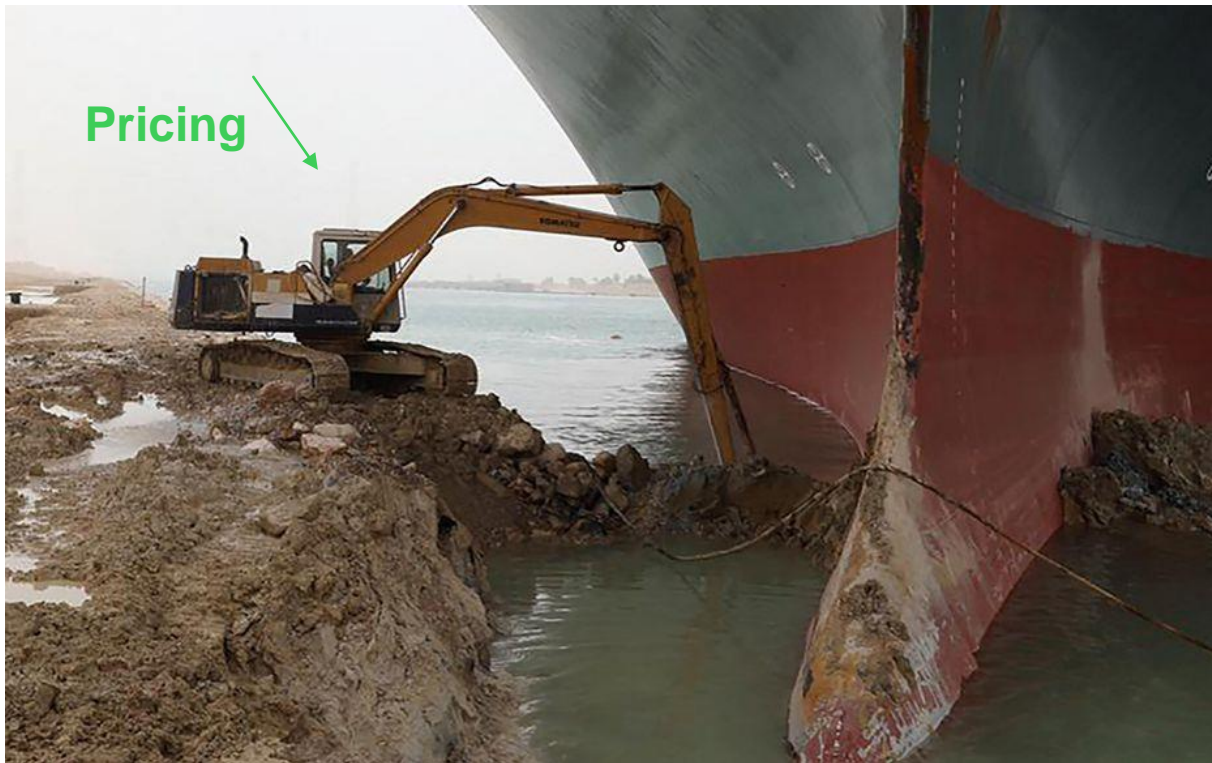


Un même produit peut être vendu via **différents go-to-market**, modèles commerciaux et canaux



Une énorme complexité pour **notre force de vente et nos clients**

Le Pricing doit pouvoir répondre aux exigences de la finance, commerce, IT et stratégie produit tout en gérant la navigation dans un écosystème complexe

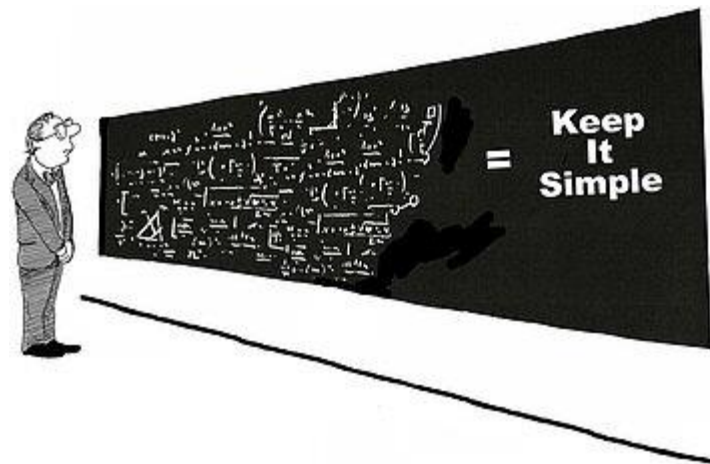


Pricing

Où commencer?

Summary

- > 300 000 références
- Plusieurs leviers tarifaires et remises à articuler entre Métier, Finance, Ventes et Stratégie
- Différents modèles commerciaux et canaux existants pour un seul produit
- Un environnement informatique pas prêt à gérer cette complexité
- D'énormes mégatendances perturbant nos modèles commerciaux traditionnels (par exemple, le commerce électronique, la transparence des prix)



Décomposez votre problème et concentrez-vous sur des étapes qui sont petites / gérables

- **1% des références vendue = 50% du chiffre d'affaires**
 - 500 réf. (dans 50 000 références) représentent 50% des ventes

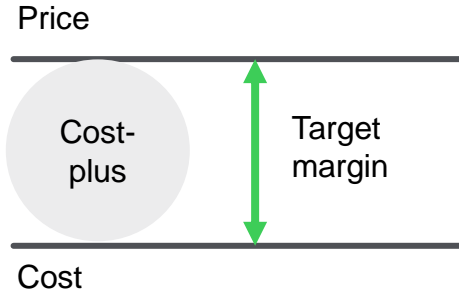
Cost+ est un key driver pour l'efficacité et sécuriser la marge

- **Être le « owner » de la complexité pricing et définir l'ownership business pour chaque levier pricing**
 - Qui définit la liste de prix?
 - Qui définit les remises standard ?
 - Cacher la complexité à la force de vente et à nos clients
- **L'équipe informatique sait-elle quels sont les « pain points » business?**
 - Définir le problème business à vos collègues IT
 - Donnez-leur l'opportunité de proposer des solutions
 - *Souvent, vous serez surpris de ce que vous pouvez déjà faire aujourd'hui*

Méthodes de fixation des prix

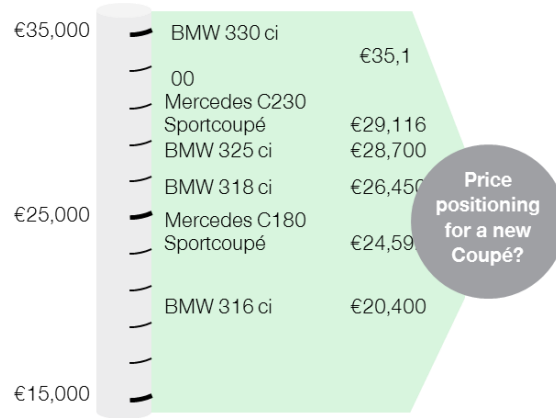
Les trois méthodes doivent être utilisées conjointement pour s'assurer que toutes les facettes de la fixation des prix sont prises en compte

Cost-plus pricing



Sécurisez les marges souhaitées

Competition-oriented pricing



Assurer une offre compétitive

Value-based pricing



Activer la monétisation complète de la valeur fournie

Comment intégrer Cost+ dans nos processus de prix opérationnels ? (1/2)

**Références très
visibles / chiffre
d'affaires
("Window")**



- Représente seulement 1% du catalogue, mais ~50% du chiffre d'affaires
- Sont les références plus sensibles aux variations de prix
- Nous définissons notre « Anchor Price » sur la base des analyses « value based » et « competitive based »

**Autres références
(e.g. accessoires,
offres
complémentaires)**



- Il existe principalement des références Blind et/ou des familles de produits complémentaires, pourtant 70% des références
- Des produits qui ne sont pas les principales références plus visibles par nos partenaires/clients et moins sensibles au prix
- Nous définissons le « Anchor Price » sur la base d'une approche coût+

Comment intégrer Cost+ dans nos processus de prix opérationnels ? (2/2)

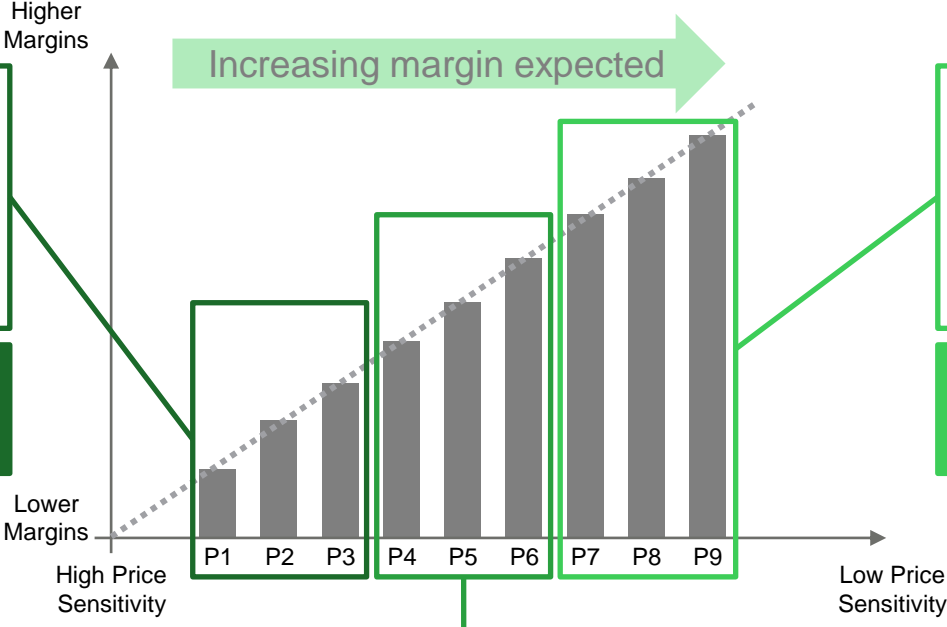
Methodology

Window



- Top runners / best selling products
- High visibility on market
- High price sensitivity

Strong requirement to adjust prices based on competitive landscape



Blind

- Long-tail / low selling products
- Low visibility on market
- Low price sensitivity

Opportunity to increase prices / reach higher margins

Shadow

- Medium selling products
- Medium visibility on market
- Medium price sensitivity

Points clés à retenir

Businesses deviennent de plus en plus complexes



Les perturbations sont de plus en plus fréquentes



Les équipes Pricing ont des ressources limitées



La complexité ne peut être évitée, mais peut être structurée



L'efficacité consiste à appliquer les ressources adéquates aux différents défis rencontrés



Cost+ est:

- Simple et pas cher à développer
- Les données requises sont facilement obtenues
- Sécurise la marge ciblée pour un certain produit

Mais:

- La volonté de payer élevée de certains clients n'est pas entièrement extraite
- Les baisses/augmentations de coûts peuvent être immédiatement répercutées sur le marché (soyez très prudent !)

