

CHAPITRE 12

La Politique de Prix

Le seul élément du Marketing Mix qui génère des revenus, alors que tous les autres génèrent des coûts.

L'Anomalie du Mix

Axe 1 : Pourquoi le prix n'est pas qu'un simple chiffre

“

Le prix est l'unique élément du marketing mix qui crée de la valeur monétaire directe pour l'entreprise. Fixer le mauvais prix détruit instantanément la meilleure stratégie produit.

— PHILIP KOTLER

Les 3 "C" de la Tarification

Axe 2 : Plafond, Repère et Plancher

Les Fondations du Prix



1. Les Clients (Le Plafond)

La perception de la valeur par le client fixe le prix maximal (le plafond). S'il n'y voit pas d'avantage, aucune vente ne se fera.



2. Les Concurrents (Le Repère)

Les prix des produits concurrents et des produits de substitution servent de point de repère au consommateur pour comparer.



3. Les Coûts (Le Plancher)

Les coûts de production, de distribution et de communication fixent le prix minimal (le plancher) en dessous duquel l'entreprise perd de l'argent.

Pénétration vs Écrémage

Axe 3 : Choisir sa stratégie fondamentale

Les 2 Grandes Stratégies d'Entrée

↓ Stratégie de Pénétration

Fixer un **prix initialement bas** pour attirer un très grand nombre d'acheteurs et conquérir rapidement des parts de marché.

Objectif : Bloquer l'entrée aux concurrents grâce à des volumes de production massifs réduisant les coûts.

💎 Stratégie d'Écrémage

Fixer un **prix initialement très élevé** pour cibler uniquement les clients prêts à payer pour l'innovation (la "crème").

Objectif : Maximiser la rentabilité à court terme et positionner le produit comme haut de gamme et exclusif.

Cas Pratique : IGISEM

Imaginez que nous lancions un nouveau **Master Premium** à IGISEM.

Au lieu de simplement calculer le coût des professeurs et d'ajouter une marge (méthode par les coûts), nous évaluons la **valeur perçue** par l'étudiant.

L'étudiant n'achète pas des "heures de cours". Il achète un futur salaire plus élevé et un puissant réseau professionnel ! C'est ce qui justifie un prix premium.



Le Juste Prix

Un bon prix est celui qui capture la valeur créée par votre produit tout en restant juste et acceptable pour votre client.

Prochain cours : La Distribution (Comment rendre l'offre accessible).



IGISEM – Bâtir l'avenir

Image Sources



Thumbnail <https://e1.nmcdn.io/assets/kpf2024/wp-content/uploads/imported-files/ASU-Business-School-McCord-Hall-1440x1440.webp>

for

Source: www.kpf.com

www.kpf.com