

FIXER UN PRIX DE VENTE

Analyse complémentaire



OFFRE

ADOPTER UNE STRATÉGIE DE VENTE

Pénétration de marché



Prix concurrentiels



Écrémage



Concurrence



Entreprise

Étudier les prix pratiqués

DEMANDE

Attentifs aux prix pratiqués

Analyser et comprendre

Achat



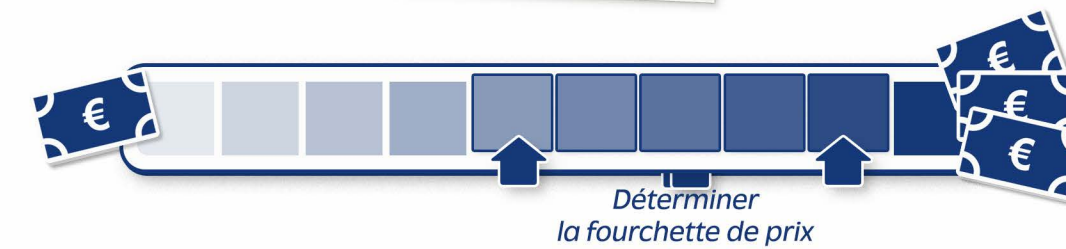
Clients



Produit



Service

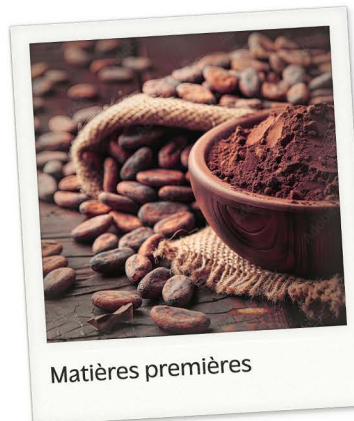


PRIX HORS TAXES (HT)

Approvisionnement

Vente

CHARGES DIRECTES
imputables à un seul produit ou service



Matières premières



Main d'œuvre

+

CHARGES INDIRECTES



Énergie



Loyer

TOTALITÉ DES CHARGES
QUANTITÉ PRODUITE

= COÛT DE REVIENT (prix de vente minimal)

BÉNÉFICES



Taux de marge

MARGE



TAXE SUR
LA VALEUR
AJOUTÉE
(TVA)



PRIX FINAL

PRIX TOUTES TAXES
COMPRISES (TTC)

