



La stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat


Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

La stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault

 [Download La stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser l...pdf](#)

 [Read Online La stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser ...pdf](#)

La stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat

Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault

La stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault

Téléchargez et lisez en ligne **La stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat** Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault

361 pages

Amazon.fr

Après avoir réduit leurs coûts et fait de leurs forces de vente une arme de premier ordre, les entreprises accordent de plus en plus d'importance aux possibilités offertes par le prix pour optimiser leurs résultats. Car le prix est porteur d'excellentes opportunités pour peu que la stratégie qui le détermine soit intelligemment menée. Or il est trop souvent perçu comme source de problèmes : les clients se plaignent de son niveau trop élevé, les concurrents l'utilisent pour gagner des parts de marché, les distributeurs exercent sur lui une pression croissante... C'est pourquoi il est essentiel de déterminer sa stratégie prix à partir d'une politique produit cohérente et performante. Les bouleversements introduits par Internet, le passage à l'euro et la mondialisation rendent cette mutation stratégique à la fois plus complexe et plus urgente. *La Stratégie prix* aidera les managers à conduire au mieux cette transformation en fournissant des éléments précis pour mettre au point une politique produit intégrant les meilleures techniques de fixation des prix. Pour cela les trois grandes dimensions de la stratégie prix sont minutieusement analysées : les méthodes de fixation des prix (mesure de la valeur perçue, effets du prix sur la demande, positionnement concurrentiel...), la différenciation de prix et ses diverses modalités, et enfin, les problèmes de mise en œuvre liés à l'utilisation des systèmes d'aide à la décision. Les auteurs, consultants spécialisés dans la stratégie prix, puisent dans des projets menés avec des leaders mondiaux dans plusieurs secteurs pour étayer leurs analyses et fournir des recommandations pratiques aux décideurs afin d'utiliser pleinement les possibilités de cette stratégie. --

Arnaud Stephanopoli Revue de presse

Ce livre va devenir la référence incontournable en matière de politique de prix. Il est clair, argumenté, moderne (tous les prix sont en euro et l'e-commerce est étudié) et pratique quant à sa mise en œuvre. L'idée de départ est simple: comment gagner davantage grâce à une stratégie prix mieux conçue.

L'auteur (patron d'un cabinet de conseil en "pricing") aborde tous les aspects de cette démarche : conception de la valeur du produit, politique de recueil d'informations, structuration des prix, défense du prix. Au cœur de ce travail, on trouve la différenciation de prix, concept riche et abondamment déclinable. Ouvrage indispensable. -- *La revue Résumés*

Le tour de la question

Pour les auteurs de ce livre, le constat est sans appel : dans trop d'entreprises, la " stratégie prix " laisse sérieusement à désirer : " Le prix est trop souvent perçu comme une source de problèmes : les clients se plaignent qu'il soit trop élevé, les concurrents l'utilisent pour mener des attaques commerciales et gagner des parts de marché, les distributeurs exercent sur lui une pression croissante... " Mais, dans le même temps, " les sociétés qui parviennent à augmenter leur prix moyen, ne serait-ce que de 1 %, sans perdre de clients enregistrent une hausse impressionnante de leur résultat ".

Comment ne pas passer à côté de telles opportunités ? C'est la question à laquelle cet ouvrage apporte des éléments de réponse, à travers diverses stratégies de prix et des exemples d'outils de pilotage. Une approche analytique et pratique nourrie de l'expérience des auteurs, un trio issu du cabinet de conseil Simon-Kucher & Partners et emmené par Hermann Simon lui-même, ancien professeur à l'Insead et à la London Business School. Mettant notamment l'accent sur l'élément clé qu'est la valeur perçue, ils s'intéressent successivement, entre autres, aux méthodes de fixation de prix, à la différenciation des prix selon la segmentation du marché, aux offres groupées, à la logique de gamme... Sans oublier d'étudier l'impact des récents changements structurels liés à l'euro, à la mondialisation et bien sûr à l'internet. --*Joel Villeneuve*-- -- *L'Entreprise*

Présentation de l'éditeur

Domaine clé du marketing, le prix constitue un élément déterminant pour accroître les profits. Pourtant, c'est un facteur souvent négligé, laissé à la détermination de la concurrence, du marché ou des coûts de production. A l'heure de l'euro, la réflexion sur le prix prend une actualité brûlante. Cet ouvrage décrit

l'ensemble des stratégies de prix et les outils pour les piloter.

Public concerné : Directeurs marketing et chefs de groupe - Directions générales - Directeurs financiers - Étudiants en marketing.

Download and Read Online La stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault #APD7KX0TH3G

Lire La stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat par Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault pour ebook en ligneLa stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat par Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres La stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat par Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault à lire en ligne.Online La stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat par Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault ebook Téléchargement PDFLa stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat par Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault DocLa stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat par Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault MobipocketLa stratégie prix : agir sur les prix pour optimiser le résultat par Hermann Simon, Florent Jacquet, Franck Brault EPub

APD7KX0TH3GAPD7KX0TH3GAPD7KX0TH3G