

Comment calculer votre prix de vente ?

COMMENT SAVOIR SI SON PRIX DE VENTE EST LE BON ?

Afin d'éviter une guerre des prix entraînant souvent une tarification qui est en dessous de votre prix de revient, il est primordial de maîtriser votre prix de vente afin de l'expliquer à votre prospect. La course au chiffre d'affaires est l'une des principales causes de faillite d'entreprise. Il y aura toujours un concurrent qui prétendra réaliser la même prestation que vous pour un prix inférieur. Certes, le prix de marché est à prendre en compte mais si vous ne connaissez pas votre prix de revient, cela peut s'avérer désastreux pour votre entreprise.

Peu déployé au sein des petites entreprises pour des raisons de complexité et par manque de temps, le calcul du prix de vente par la détermination du prix de revient s'avère pourtant indispensable afin de rentabiliser ses activités. Commencez tout d'abord par calculer votre prix de revient (voir fiche : Comment calculer un prix de revient).

NB : Cette proposition de méthode non exhaustive doit être personnalisée à votre entreprise afin d'être pertinente.

ETABLIR UN PREVISIONNEL

L'établissement d'un prévisionnel (budget) permet de transformer des choix stratégiques en éléments chiffrables et mesurables. Indispensable à la création, il l'est également tout au long de la vie de l'entreprise. Il s'agit de la feuille de route de l'entreprise. Vous pouvez inclure l'ensemble du personnel et des partenaires de l'entreprise lors de la détermination du prévisionnel. Cet échange permettant d'engager et de responsabiliser l'ensemble des acteurs.

DETERMINEZ VOTRE PRIX DE REVIENT PREVISIONNEL MOYEN

Le prix de revient (= coût de revient) d'un produit ou d'un service correspond à la somme de tous les coûts supportés pour sa production. Pour bien connaître son prix de revient, il faut décomposer les différents coûts associés au produit ou à la prestation. De cette façon, vous pourrez travailler à réduire chacune de ces dépenses. Déterminez votre prix de revient sur le même périmètre que votre prix de vente.

Vous vendez uniquement des heures

Déterminez votre potentiel d'heures vendables afin d'évaluer votre coût de revient pour la vente d'1 heure (= total des charges prévisionnelles/nombre d'heures vendables annuellement). En termes de suivi, soyez vigilant quant aux volumes des heures effectivement vendues par rapport aux heures vendables. Si la réalité est inférieure au prévisionnel, il conviendra de réajuster votre taux horaire.

Vous vendez uniquement de la marchandise

Déterminez le taux de marque prévisionnel (= total des charges prévisionnelles/total du chiffre d'affaires prévisionnel). Il conviendra ensuite de déterminer le coefficient à appliquer sur les achats de marchandises en fonction du taux de marque prévisionnel.

En termes de suivi, soyez vigilant quant aux volumes du chiffre d'affaires réel par rapport au chiffre d'affaires prévisionnel. Si la réalité est inférieure au prévisionnel, il conviendra de réajuster votre coefficient de marchandises.





Vous vendez des heures et de la marchandise

Répartissez les charges en fonction de leur objet, par exemple :

- Taux horaire = Coût main d'œuvre productive / Nombre d'heures vendables
- Coefficient de marchandises = Autres coûts / CA marchandises

En termes de suivi comptable, nous vous préconisons de créer deux comptes comptable de ventes distincts (707 : Ventes Marchandises / 706 : Ventes prestations (= Heures)).

CALCULEZ VOTRE PRIX DE VENTE

Votre prix de revient prévisionnel moyen établi, il convient à présent de l'adapter aux spécificités de la prestation vendue.

Gestion équipements spécifiques

L'utilisation d'équipements onéreux suppose des méthodes spécifiques de calcul de prix de revient sous peine de pénaliser les prestations non-consommatrices et de ne pas valoriser au réel les prestations consommatrices.

Gestion de la sous-traitance

La sous-traitance ne doit pas remplacer des heures vendables sous peine de créer un déséquilibre» quant aux tarifs appliqués.

Gestion de la main d'œuvre directe (productive interne)

Lors de l'établissement d'un devis, il est nécessaire d'affecter les heures à effectuer individuellement au(x) salarié(s) concerné(s) (en adoptant un « raisonnement » identique à celui de la détermination des heures vendables). A l'issue de la prestation (préalablement à la facturation), il conviendra de réaliser un comparatif entre le temps prévu et le temps réalisé afin d'analyser les écarts et de déterminer des actions correctives.

Gestion de la Marchandise

Lors de l'établissement du devis, il est nécessaire de réaliser un appel d'offres auprès d'au moins deux fournisseurs afin de garantir le meilleur rapport qualité/prix à votre client. Une fois le fournisseur sélectionné, assurez-vous que la quantité ne soit ni inférieure au besoin (perte de temps, dégradation de l'image), ni supérieure au besoin (augmentation du stock = sortie de trésorerie inutile).

A l'issue de la prestation (préalablement à la facturation), il conviendra de réaliser un comparatif entre la quantité prévue et la quantité réelle afin d'analyser les écarts et de déterminer des actions correctives.





Application du coefficient de marge => Prix de vente HT

Le coefficient de marge est à déterminer en fonction de votre objectif de rentabilité sur cette prestation.

FORMULE DE CALCUL DU PRIX DE REVIENT D'UNE PRESTATION

Dans cette proposition de méthode, il représente le prix minimal à appliquer afin de respecter le prévisionnel défini = (NOMBRE D'HEURE PRODUCTIVE x COÛT DE REVIENT HORAIRE) + (MONTANT HT ACHATS MARCHANDISES x COEFFICIENT MARCHANDISES)

FORMULE DE CALCUL DU PRIX DE VENTE HT D'UNE PRESTATION

Dans cette proposition de méthode, il conviendra d'ajouter au prix de revient les éléments spécifiques à la prestation tarifée (ex : sous-traitance) = PRIX DE REVIENT x COEFFICIENT DE MARGE

L'OPTIMISATION DU PRIX DE VENTE

Votre prix de vente établi, comparez-le à celui de vos concurrents (prix de marché). Afin de récolter ces informations, n'hésitez pas à solliciter des retours de la part de vos prospects et de vos clients. Vous récupérez ainsi des informations précieuses et actualisées.

Si votre prix de vente est nettement supérieur à celui de vos concurrents :

- Dans un premier temps, assurez-vous auprès du prospect que :
 - La qualité des produits est identique
Impact : Quantité et prix d'achat des marchandises
 - La qualité de la prestation est identique
Impact : Nombre d'heures productives
- Dans un second temps, retravaillez votre tarification :
 - Sollicitez une remise auprès de vos fournisseurs,
 - Réduisez votre coefficient de marge (1.00 = Prix de revient).

A titre exceptionnel, et si vous constatez des écarts récurrents, il conviendra de retravailler votre prévisionnel afin de réévaluer votre prix de revient :

- Augmentation de l'objectif de chiffre d'affaires ?
- Réduction de certaines charges ?
- Report d'investissement ?...

Si malgré tout l'écart demeure, « passez votre chemin » ! Vous privilégiez ainsi des prestations en adéquation avec votre prévisionnel.