



## Elaborer une Politique de Prix efficace

Lien : <https://maroc-performance.com/formation/elaborer-une-politique-de-prix-efficace>

 DURÉE  
**2 jours (14h)**

 RÉFÉRENCE  
**MC68**

 CATÉGORIE  
**Marketing  
Opérationnel,  
Marketing Direct et  
Relationnel**

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Acquérir concepts et méthodes relatifs à l'élaboration d'une politique tarifaire
- ✓ Identifier les facteurs qui influencent directement la fixation des prix
- ✓ Elaborer une stratégie de tarification pour un produit
- ✓ Suivre, contrôler et adapter sa politique tarifaire

### POUR QUI ?

- ✓ Responsables commerciaux/marketing
- ✓ Chefs de produits
- ✓ Chefs de marché
- ✓ Chefs des ventes
- ✓ Toutes les personnes amenées à travailler sur le positionnement et la fixation d'une offre de service



## Programme détaillé

### 1 / L'importance stratégique de la fixation de prix

- La politique de prix dans une entreprise : identifier sa stratégie et son positionnement
- Le prix : une des composantes du mix marketing
- Prendre en compte les contraintes environnementales et de marché
- Evaluer le cycle de vie du produit et le cycle de vie du marché
- Servir les objectifs stratégiques de son entreprise à travers une politique de prix adaptée

### 2 / Les spécificités de la politique de prix dans les services

- Les spécificités de l'offre de services : législation, relation dans la durée, effet tunnel
- Stratégie des prix optionnels, Yield management

### 3 / Les facteurs à intégrer pour la fixation du prix

- L'impact de la réglementation
- La structure des coûts de réalisation
- La politique de prix et de marges des clients intermédiaires et prestataires
- Le concept d'élasticité de la demande au prix

### 4 / La méthodologie de fixation du prix optimale

- Les objectifs de rentabilité de son produit ou service
- Evaluer les marges de distribution et les budgets de promotion commerciale
- Benchmarking la concurrence et mener des études comparatives
- Savoir réaliser un audit marketing de l'entreprise

- Définir le juste prix client, la mesure de l'élasticité d'un prix

## 5 / Fixation de prix et gestion des marges de ses produits ou services

- Mise en place un audit de vos prix
- Le rôle de la chaîne de la valeur
- Les approches basées sur les coûts
- Le seuil de rentabilité ou le point mort, comment fixer ses prix ?
- Les approches basées sur la rentabilité

## 6 / Optimiser la gestion prix d'une gamme de produits

- Produits complémentaires, produits de substitution, produits indépendants
- Concevoir et valoriser son dossier prix

## 7 / Le suivi et le contrôle de sa politique tarifaire

- Elaborer les tableaux de bord
- Analyser les résultats, des écarts/origines et causes
- Proposer des actions correctives

## Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

## Prochaines dates programmées

 05 au 06 Nov. 2026

 Distanciel

 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

---

## Réservation & Renseignements

 **Téléphone** : +212 522 247 210

 **Email** : [contact@maroc-performance.com](mailto:contact@maroc-performance.com)

 **Web** : <https://www.maroc-performance.com>

---

Document généré le 23/10/2026 — Réf : MC68  
Maroc Performance — Tous droits réservés