



## I. La fixation du prix

### A. Introduction



Taux de marque	$\frac{\text{Marge brute}}{\text{Prix de vente HT}}$
Marge brute ou commerciale	
Taux de marge	$\frac{\text{Marge brute}}{\text{Prix d'achat HT}}$
Coefficient multiplicateur	$\frac{\text{Prix de vente public TTC}}{\text{Prix d'achat HT}} = \frac{100}{100 - \text{Taux de marque}}$



## I. La fixation du prix

### A partir des coûts

#### B. Entreprise industrielle



#### B. Entreprise commerciale





### I. La fixation du prix Le seuil de rentabilité

J J Y Y T Y T T T

### La fixation du prix à partir de la demande

→ J J Y J J Y



### I. La fixation du prix L'élasticité de la demande

- Le concept d'élasticité de la demande au prix

Y Y Y Y J Y Y T Y Y

$$e = \frac{\frac{D1 - D0}{D0}}{\frac{P1 - P0}{P0}}$$

Exemple : au prix de 100€ un produit a des ventes mensuelles de 1000 unités. Au prix de 110 €, ses ventes tombent à 850 unités. L'élasticité de la demande, entre 100 et 110 € est donc de :

$$\frac{850 - 1000}{1000} \cdot \frac{110 - 100}{100}$$



## I. La fixation du prix

### L'élasticité de la demande

- Le concept d'élasticité de la demande au prix

$e < 1$  : J T Y T Y Y

$e = 1$  : J T T Y Y T T Y Y

$e > 1$  : Y Y J Y Y Y Y J  
J J T Y Y Y Y Y



## I. La fixation du prix

### Le prix d'acceptabilité ou prix psychologique

→ Y Y J J Y  
• Y Y Y C Y Y Y Y  
Y C  
• Y Y C Y Y Y Y Y  
Y C J Y Y T





### I. La fixation du prix

#### La fixation du prix à partir de la concurrence

J	J	Y	YJ	T
	Y	Y Y	YJ	T
	Y	Y		

#### La méthode japonaise = backward costing

Y	J
---	---



### I. La politique de prix

#### Le choix d'une stratégie

- T T
- T J
- J

#### Les stratégies au cours de la vie du produit

	Stratégie de hausse des prix	Stratégie de baisse
Y		
T Y		

#### La tarification unique ou la tarification différenciée





**6 - BTS NRC2 – GC**  
**La politique de prix**

## **II. Le prix dans la relation client**

**Les barèmes de prix**

**Les réductions**

**Les majorations**

**La négociation**

