



Les bases n° 9

Pricing et KPI

Votre entreprise définit des objectifs et met en place un plan stratégique. Comme pour toute activité, vous aurez besoin de définir des indicateurs pour suivre l'évolution et la réalisation des actions engagées. Le Pricing n'échappe pas à cette règle. Il vous faudra définir avec pertinence vos KPI (Key Performance Indicator = indicateur de performance clé).

Voici les quelques étapes clés qui vont définir vos KPI.

- **La définition du KPI:** votre indicateur est défini en fonction des objectifs de la société.

Objectif(s) => Stratégie(s) => Action(s)

Votre indicateur suivra l'évolution de votre objectif et/ou de vos actions engagées. Il est important que vos objectifs/actions soient **S M A R T**.

(https://fr.wikipedia.org/wiki/Objectifs_et_indicateurs_SMART).

- **Collecte des données:**

Assurez vous d'avoir accès aux données qui vous permettront de suivre vos indicateurs soit de manière directe (ex : chiffre d'affaire réalisé) soit indirecte (marge = Chiffre d'affaire – coûts). Il est également important d'avoir un historique afin de pouvoir approfondir ou modifier un KPI sans repartir de 0.

- **Présentation/tableau de bord:**

Votre tableau de bord qui regroupe vos indicateurs doit être lisible et clair. Ne le surchargez pas, Ne mettez pas d'indicateurs « parasites ».

⇒ Trop d'info, tue l'info.

- **Interprétations/suivi:**

Votre tableau de bord vous sert à piloter les actions qui vous mèneront à vos objectifs. Soyez vigilant sur les tendances de vos indicateurs.



Les bases n° 9

Pricing et KPI

Vous devez suivre régulièrement les tendances afin de prendre les bonnes décisions.

- Ajustement des actions:

Vos indicateurs vous donnent le résultat de vos actions. Ils vous permettront de réaligner vos objectifs ou les actions associées. En cas de réajustement, n'oubliez pas de revoir vos KPI.

Exemple:

Objectif 01 => prendre 5% de part de marché en 2 ans avant le lancement d'une nouvelle évolution de produit.

Stratégie 01 => utiliser la stratégie de pénétration (prix bas)

Action 01 => baisse des prix 10%.

⇒ **KPI 01** = évolution de la part de marché (% en fonction du temps).

⇒ **KPI 02** = évolution du volume des ventes

⇒ **KPI 03** = évolution des prix (€ ou % en fonction du temps).

⇒ **KPI 04** = évolution de la marge produit (€ ou % en fonction du temps),

⇒ **KPI 05** = évolution des coûts (€ ou % en fonction du temps),

KPI 01 et 03 sont en corrélation directe avec l'objectif, 02, 04 et 05, non (ils pourront être utiles mais pas dans un 1^{er} temps).

Conclusions :

Le choix des indicateurs est important. Mais attention à ne pas multiplier les graphes et autres tableaux, soyez synthétique et visuel. Les KPI vous servent à suivre l'évolution de vos décisions. Mais attention, il est facile de se servir des chiffres pour leur faire dire ce que l'on veut. Ce sont uniquement des outils d'aide au pilotage de vos projets. Ne soyez pas prisonniers de vos Reportings.