

Le Bulletin de l'APPQ

**LES MEMBRES DE L'APPQ _ ENSEMBLE
POUR PROGRES\$ÉR !**

**Article spécial de Ground Water Canada !
Bulletin 2005.039
Lundi 31 octobre 2005**

Comme demandé par le directeur pour la Régionale des Laurentides, Monsieur Robert Charland, le présent numéro du bulletin de l'**APPQ** est la traduction d'un article paru dans le **Ground Water Canada** du mois de septembre 2005.

Vos prix de vente vous coûtent-ils de l'argent ? (Chris Skalkos)

Lorsqu'on parle avec des entrepreneurs en eau souterraine, il est souvent question de prix. Évidemment, chaque entrepreneur a sa propre formule pour fixer ses prix, mais quel devrait être le facteur déterminant ? Devraient-ils être fixés en tenant compte de vos coûts, de l'utilisation de la machinerie, de la capacité de payer du client ou, encore, des prix de vos compétiteurs ?

Quand l'économie est en récession, il est très tentant de couper les prix afin d'obtenir de nouveaux clients. Cependant, au lieu de gagner une nouvelle part du marché, vous pouvez plutôt déclencher une guerre de prix qui aura comme résultat de couper dans les profits de tous les entrepreneurs, créant ainsi une tendance qu'il peut être très difficile de renverser par la suite même lorsque l'économie ira bien.

Vous n'avez pas besoin de faire compétition sur les prix pour faire compétition dans l'industrie des eaux souterraines. En fait, la compétition est souhaitable, mais elle peut également s'avérer destructrice si vous coupez les prix pour la mauvaise raison. Des prix

coupés peuvent augmenter l'achalandage, mais vous ferez moins de profits.

Prenez les calculs suivants par exemple. Si vous coupez vos prix de 3%, vous aurez besoin d'une augmentation de 13.6% de votre volume de ventes. Si vous coupez vos prix de 5%, vous aurez besoin d'une augmentation de 25% de votre volume de ventes juste pour avoir le seuil de rentabilité. Inversement, une augmentation de prix de 3% aura comme résultat de vous donner un profit de 3% sur 90% de votre volume de ventes. Au même effet, une augmentation de 5% résultera en un profit de 5% sur 83.5% de votre volume de ventes.

D'un autre côté, il est inévitable que les clients vont avoir une certaine influence sur la fixation des prix, surtout s'ils jouent vos prix contre ceux de votre compétiteur. Pour conserver ce genre de client en leur offrant vos services, vous devez faire preuve d'une certaine habileté afin de les convaincre que vos prix ne sont pas basés uniquement sur la demande, mais également sur la qualité et la plus-value de vos services.

La justification de prix raisonnables dépend de votre capacité à faire comprendre au client ce qu'il vous en coûte pour lui donner un travail de qualité. Les puits bien construits d'aujourd'hui requièrent une technologie sophistiquée et des matériaux modernes anti-corrosion comme l'acier inoxydable, le PVC et le fibre de verre. Tout cela coûte de l'argent et ces coûts vont toujours en augmentant.

Le prix d'un camion léger ou d'un camion de service est beaucoup plus haut aujourd'hui qu'il ne l'était il y a 10 ans. De plus, le coût de l'essence, des assurances et des salaires augmente également.

Conséquemment, vous devez expliquer à vos clients ce qu'ils obtiennent avec vous : un puits qui fournit de l'eau potable et propre, un produit essentiel dont les gens ont besoin. Contrairement aux autres consommateurs qui doivent remplacer leur ordinateur ou d'autres biens après quelques années, vos clients achètent un puits une seule fois et ce puits doit durer pour toute une vie. Il doit donc être de qualité et c'est là l'un de vos meilleurs arguments de vente.

Il vous revient donc, comme entrepreneur, d'expliquer à votre client les coûts qui font partie intégrante de chaque puits artésien et de lui montrer la valeur et la qualité pour lesquelles il devrait payer votre prix.

Quoique plusieurs autres facteurs doivent être pris en considération pour fixer vos prix, l'élément clé réside dans le fait de focaliser sur la valeur des services que vous rendez et de comprendre comment une petite coupure de prix peut avoir de grandes conséquences sur vos profits.

Et n'oubliez pas : être membre de l'APPQ, ça vous rapporte !

Gilles Doyon
Directeur exécutif
Bureau (514) 354-3645
Cellulaire (514) 705-4880