

Opleiding : Je prijsstrategie bepalen en winstgevendheid optimaliseren

Praktijkcursus - 2d - 14u00 - Ref. TAR

Prijs : 1280 € V.B.



4,4 / 5

In deze training leert u de verschillende methoden voor het ontwikkelen van uw prijsbeleid. Op basis van de marketingpositionering van een aanbod zult u alle factoren kunnen identificeren die nodig zijn om uw prijsstrategie op te stellen op basis van uw markt en de "waarde" van uw prospects en klanten.



Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ Het verband leggen tussen productpositionering en prijsbeleid
- ✓ Een prijsstrategie voor een product ontwikkelen
- ✓ Rekening houden met alle factoren die een rol spelen bij het vaststellen van een prijs
- ✓ Haar prijsbeleid bewaken, controleren en aanpassen
- ✓ De specifieke kenmerken van het prijsbeleid voor diensten kennen
- ✓ Gebruik de prijsmethodes die het beste bij uw bedrijf passen

Doelgroep

Sales-/marketingmanagers, productmanagers, marktmanagers, salesmanagers, iedereen die moet werken aan het positioneren en definiëren van een serviceaanbod.

Voorafgaande vereisten

Geen speciale kennis vereist.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Casestudies. Rekenoefeningen en definitie van indicatoren. Elke deelnemer ontwikkelt een prijsstrategie aangepast aan de positionering van zijn aanbod.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Sales-/marketingmanagers, productmanagers, marktmanagers, salesmanagers, iedereen die moet werken aan het positioneren en definiëren van een serviceaanbod.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Geen speciale kennis vereist.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vak kennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ...
De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

1 Het strategische belang van prijsstelling begrijpen

- Strategische prioriteiten stellen: winstgevendheid, marktaandeel vergroten, klanttevredenheid, enz.
- Pas je prijsbeleid aan de concurrentie aan.
- Neem de levenscyclus van producten/diensten mee in je prijsstrategie.

2 Inzicht in de specifieke kenmerken van prijsbeleid in de dienstensector

- Specifieke kenmerken van het dienstenaanbod: wetgeving, langdurige relaties, tunneleffect.
- Optionele prijsstrategie, opbrengstbeheer.

Casestudy

Studie van een prijsstrategie om de vraag af te vlakken.

3 Factoren waarmee rekening moet worden gehouden bij het vaststellen van prijzen

- De impact van regelgeving.
- De kostenstructuur van het project.
- Het prijsbeleid en de marges van intermediaire klanten en dienstverleners.
- Het concept van prijselasticiteit van de vraag (geassocieerd met gepercipieerde waarde).

Casestudy

Analyse van de waardeketen.

4 De stappen om de prijs te bepalen

- De kostenbenadering.
- De elasticiteit van de vraag: de houding van klanten tegenover de prijs.
- De waargenomen waarde benadering.
- De concurrerende aanpak: afstemming, optimale kloof...

Casestudy

Psychologische prijsmethode.

5 Verschillende benaderingen combineren in je marketingstrategie

- De kostenbenadering.
- De benadering van de elasticiteit van de vraag.
- De waargenomen waarde of psychologische prijsbenadering.
- De concurrerende aanpak: afstemming, penetratie, afromen.

Oefening

Ontwikkeling van een prijsbeleid voor het hele productassortiment of een deel ervan door elke deelnemer: strategische keuzes en berekening van de verschillende opties.

6 Het prijsbeleid bewaken en controleren

- Dashboards opstellen.
- Analyse van resultaten, afwijkingen/oorzaken en oorzaken.
- Suggesties voor corrigerende maatregelen.

Praktisch werk

Selecteer bewakings- en controle-indicatoren.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND
2026 : 25 juni, 3 dec.

PARIS LA DÉFENSE
2026 : 25 juni, 3 dec.