

Comment établir un bon prix de vente ?

Faire des devis et facturer fait partie de votre quotidien. Sans rentrée d'argent, une entreprise ne vit plus. Mais encore faut-il établir un prix de vente qui permette de rentrer dans vos frais et de faire des bénéfices. Nos conseils...

L'établissement d'un devis

Un devis... Un devis doit être obligatoirement établi au-dessus de 150 TTC ou si le client le demande.

Un prix... Le devis doit préciser, entre autre, le décompte détaillé en quantité et en prix de chaque poste (prestations), le montant HT, la TVA, le montant TTC, la durée de validité de l'offre et la durée d'exécution de la prestation globale.

La constitution du prix

Trois niveaux pour établir un prix... Il y a différentes approches et appellations concernant la gestion et la comptabilité. Il est important de saisir le principe et le fonctionnement de l'établissement d'un prix. On distingue trois niveaux comptables de constitution d'un prix de vente.

Le prix d'achat. C'est le coût net de la main d'œuvre et de la fourniture pour réaliser la prestation à vendre. La somme des deux correspond au coût de production. On parle de prix d'achat matières premières (MP) : prix facturé par le fournisseur, et de prix d'achat main d'œuvre (MO) : taux horaire brut du salarié.

Le prix de revient. C'est le prix d'achat impacté des différents coûts de l'entreprise (papèterie, eau, électricité, essence, honoraires comptables, assurance, frais bancaires, etc.). Ce prix correspond au seuil de rentabilité, c'est à ce montant estimé que l'entreprise est à « son point mort ». C'est-à-dire qu'elle réalisera l'affaire sans gagner ni perdre de l'argent.

Le prix de vente. C'est le prix de revient majoré d'un pourcentage de bénéfice. Ce montant (prix de vente – prix de revient) est le résultat avant impôts.

Le bon prix de vente

Dégager une marge... Le « bon » prix de vente est celui qui couvre la totalité des frais de l'entreprise (achat fournitures, matières premières, salaires, cotisations, location bureau,...) et permet également de dégager une marge nette.

Le prix du marché ? Le prix de vente défini doit effectivement être comparé au marché et aux contextes extérieurs (concurrence, conjoncture économique, pouvoir d'achat de la clientèle, etc.). **Attention !** Cependant, c'est une erreur d'établir un prix de vente en s'alignant uniquement sur les prix du marché. Par exemple, un de vos concurrents possède un local d'une surface beaucoup plus petite, a une flotte de véhicules plus restreinte, a de meilleurs prix d'achat chez ses fournisseurs, etc. Il n'a pas, par conséquent, les mêmes charges que vous et à marge nette équivalente, son prix de vente sera logiquement inférieur au vôtre.

Le coût de vos propres charges. Vous assurerez la pérennité de votre entreprise si vous établissez votre prix de vente en considérant le coût des charges de votre entreprise. Les charges fixes n'évoluent pas en fonction de l'activité. Par exemple, le loyer restera fixe même si le chiffre d'affaires augmente. Au contraire, vos charges variables évoluent en fonction de l'activité. Par exemple, les achats de matières premières augmentent si le chiffre d'affaires augmente.

Conseil. Etablissez un compte de résultat en y intégrant vos charges réelles. Ceci vous permettra alors de fixer le chiffre d'affaires nécessaire pour les couvrir et de déterminer vos prix de vente en conséquence.

Vous ne pouvez déterminer vos prix de vente qu'en fonction des prix du marché et de la concurrence. Ce n'est qu'en ayant un détail précis de vos propres charges, fixes et variables, que vous pourrez déterminer le bon prix de vente qui vous permettra de dégager une marge et garantir la pérennité de votre entreprise.