



 M ÉLINADUFOUR
DIRECTION ARTISTIQUE / PHOTOGRAPHIE
418-806-1260 • MELINADUFOUR.COM



V I S I O N M Y I N C .

LES CLÉS POUR ÉTABLIR VOS PRIX ENSEMBLES VS À LA CARTE

Ensemble ou À la carte

Je reçois cette demande régulièrement. Et je pense que c'est une très bonne question! C'est tellement important de comprendre la différence entre ces deux manières d'établir le prix de vos services. (Oui! Il y en a d'autres, mais nous nous attarderons à ces deux méthodes ici.) Vous devez chacune de ces méthodes pour être en mesure de bien faire votre choix.

Parce qu'à la fin, la décision est totalement la vôtre! Il y a tout de même quelques principes de base pour vous guider dans la compréhension de quelle méthode est la meilleure pour vous :

Raisons d'utiliser les ensembles

- 1- Vous pratiquez à temps partiel : Les ensembles vont vous permettre de connaître dès le départ, lorsque le client réserve vos services, la quantité de travail que vous aurez à effectuer. Vous pouvez établir des systèmes qui définissent clairement vos délais, productions, échéances. De cette manière, vous pouvez investir votre temps limité sur les meilleures choses à faire!
- 2- Vous avez une clientèle basée sur le référencement : Les ensembles regroupent des produits et services dans des offres faciles à comprendre et à retenir. Les clients qui arrivent d'un ancien client ont été mis au parfum de vos ensembles et ont été attirés par ceux-ci. Un client bien éduqué aura tendance à vous réserver sur la

base d'un ensemble parce qu'ils vous font plus confiance au moment de la réservation.

Raison de fonctionner à la carte

- 1- Vous offrez vos services à temps plein : À la carte vous oblige de rester en contact avec vos clients tout au long du processus, de la réservation, à avant la séance et après la séance. Si vous n'avez pas ce temps à consacrer à entretenir le contact avec vos clients, vous perdrez une grande partie de vos ventes. Les personnes qui travaillent à temps ont (habituellement) plus le temps de consacrer cette énergie dans l'éventualité de meilleures ventes.
- 2- Votre clientèle n'est pas basée sur le référencement : Les clients qui ne vous connaissent pas n'arriveront pas avec autant de confiance en vous et vos services, que s'ils connaissaient de vos clients satisfaits. Un système À la carte leur permet donc d'investir un montant plus minime au départ, et d'attendre d'avoir confiance en vous et de voir des résultats avant de décider combien ils seront prêts à investir. Ce système leur permet d'être plus à l'aise au départ, et vous permet en théorie de sécuriser plus de clients.

En général, je crois que vous pouvez faire plus d'argent avec un système À la carte, à cause de la psychologie derrière le système À la carte. Il permet d'augmenter les désirs du client à mesure qu'il gagne confiance en vous et est satisfait de vos services et produits, et la confiance va se bâtir de plus en plus à chaque interaction, nécessitée dans le système À la carte, si vous le faites correctement.

Quatre éléments les plus importants à propos des Ensembles

Le système de fonctionnement par ensembles est le plus courant dans l'industrie. Voici les quatre clés à garder en tête quand vous allez créer vos ensembles :

Prix de départ

Ceci réfère au prix de l'ensemble le plus petit que vous offrez. C'est ce qui représente qui vous êtes dans l'industrie, et encore plus, ce à quoi vos clients devraient s'attendre à investir. Ce n'est pas l'ensemble que vous désirerez vendre la majorité du temps, mais malgré tout, le prix auquel vous placerez ce plus petit ensemble aura beaucoup d'influence sur votre entreprise et sur le nombre de fois que vous réussirez à vendre votre plus gros ensemble. Si vous placez le premier ensemble trop haut, vous repousserez des clients qui auraient peut-être été en mesure de se permettre votre plus gros ensemble. Soyez sûr d'établir le premier ensemble pour vendre le plus gros.

Différence de prix

Ceci réfère à la différence de prix entre vos ensembles. Vous désirez que vos clients soient en mesure de se permettre les surclassements dans vos autres ensembles, voit la valeur du surclassement, et la différence de prix entre deux ensembles à une grosse influence sur cette vision. S'il n'y a pas assez de différence, le client ne verra pas la distinction entre les deux et ils seront confus. Si la différence est trop grosse, le client ne sera pas en mesure de se permettre le surclassement, ou justifier cette différence dans sa décision d'achat. En règle générale, la règle est de monter d'environ 25%-50% d'un ensemble à l'autre.

Les essentiels

Ce sont ce que le client s'attend à avoir lorsqu'il fait appel à vous. Certains sont conscients et peuvent être évoqués, par exemple les fichiers photo de haute résolution. Tous les clients pensent qu'ils ont absolument besoin de cela. Certains sont inconscients, par exemple les personnes qui communiquent avec moi ne demandent pas d'entrée de discussion un grand agrandissement sur toile ou encadré, pourtant, ils repartiront presque tous avec un ou des agrandissements. Ils veulent des superbes

souvenirs pour décorer leur maison et chérir, mais pourtant, ils ne penseront pas à le demander, de la même manière que pour un album de mariage. Savoir quels sont les "essentiels" de vos clients ciblés, autant ceux qui sont dit que non-dit, vous aidera à établir vos ensembles.

Le milieu

C'est un des concepts de base, mais des plus important dans la stratégie d'établissement des prix. À la base, la majorité des gens aiment les produits/services dans la gamme du milieu. Sachant qu'ils préfèrent cette gamme mitoyenne, vous devez rendre votre ensemble du milieu le plus désirable possible. Utilisez cette psychologie à votre avantage pour vendre le forfait, l'ensemble que vous désirez le plus vendre la majorité du temps. Je crois qu'environ 60% de vos clients devraient choisir cet ensemble. Sinon, il est mal structuré.

Quatre éléments les plus importants à propos du système À la carte

Le système de fonctionnement À la carte a longtemps été le moins populaire, probablement parce qu'il implique une relation étroite avec le client, pour bien apprendre à connaître exactement ce qu'il veut et ce qu'il a réellement besoin, afin d'atteindre vos objectifs de vente.

Voici les quatre éléments clé à garder en tête lorsque vous créez votre offre À la carte :

Prix de départ

Comme pour les ensembles, le prix de départ est d'une importance vitale, pour les mêmes raisons. Si vous chargez trop cher pour votre service de base, souvent nommé la séance, vous repousserez beaucoup de clients qui auraient pu se permettre vos services et produits. Dans un système À la carte, vous vous fiez sur vos ventes post-séance, donc si vous repoussez des clients dès le départ, qui auraient été de bons clients pour vous, vous perdez beaucoup. Si vous ne chargez pas assez, vous ouvrez la porte au fait que vous ne ferez peut-être pas assez pour couvrir vos frais de base. De plus, les clients qui magasinent des prix "cheap", sont souvent des personnes qui n'investiront pas et prendront ce qui est le moins cher, vous laissant avec très peu de revenus.

Attrance individuelle de chaque offre

Chaque service et/ou produit sur votre offre doit être intéressant par lui-même. Avec des ensembles, nous pouvons regrouper des produits et services ensemble, et c'est le regroupement qui les rend attirant. À la carte, chaque élément doit être attirant et mérité d'être sélectionné seul. Vous saurez assez rapidement comment établir le prix de chaque item, et quels items se vendent le plus régulièrement. Élaborez-vous des objectifs de vente sur chaque item de votre offre, et vous saurez comment vous ajuster au besoin.

Facilité et flexibilité

Rendez le processus facile à comprendre pour votre client, qu'il puisse facilement ajouter des éléments dans ce qu'il désire à la base. L'avantage du système À la carte, est que le client peut sélectionner exactement ce

qu'il veut. S'il y a des critères d'achat, des rabais au nombre de sélections ou autre, cela complique la réflexion, rendez cela le plus simple possible à comprendre. Maximiser plutôt votre énergie à proposer seulement des produits desquels vous aurez de la facilité à démontrer leur valeur individuelle, et que le client peut commander tout ce qu'il désire dans votre offre.

Seuil de rentabilité

Avec les ensembles, c'est simple d'établir le plus bas forfait à un prix juste au-dessus de votre seuil de rentabilité. Mais avec un système À la carte, c'est dangereux de ne pas atteindre votre seuil de rentabilité, puisque si la personne ne paye que votre service de base et l'item le moins cher de votre catalogue, il est possible que vous soyez en-dessous de votre seuil de rentabilité, que vous payez pour prendre les gens en photo! Vous devez donc vous assurer de mettre en place un excellent système de relation avec vous client, pour établir sa confiance, comprendre exactement ce qu'il veut, créer en lui le désir de produits que vous lui offrirez plus tard, et avoir un excellent service à la clientèle avant/pendant/après la séance, afin de vous assurer d'atteindre vos seuils de vente pour être rentable.

Les photographes qui créent les meilleures images, ne sont pas nécessairement ceux qui réussissent le mieux dans l'industrie, parce qu'il ne savent pas comment se positionner et faire fonctionner leur entreprise.

Ressources

Si vous avez d'autres questions sur la manière d'établir votre liste de prix, n'hésitez pas à regarder nos offres et prochaines formations.

Infolettre

Merci de vous être inscrit à mon infolettre! Vous recevrez des informations intéressants, lien vers des capsules gratuites, et des offres de formations et services à venir.

Site web : www.VespaceFormation.com

Voici le site internet sur lequel vous retrouverez mes ressources pour vous développer et développer vos connaissances et compétences.

Site web : www.MelinaDufour.com

Vous y retrouverez mon portfolio et mon inspiration du moment.

Consultation personnalisée :

https://www.vespaceformation.net/store/p14/Prive_avec_Melina_Dufour_.html

Pour avoir un accès privilégié avec moi et que consultation pour vous aider à structurer votre offre de prix, je vous invite à communiquer avec moi.

Outil de calcul pour vous aider à établir vos prix

Vous pouvez vous procurer un outil que j'ai créé pour vous aider à déterminer quel devrait être réellement le prix que vous chargez à vos clients. : <https://www.vespaceformation.net/store/p68/calculateurdeprixphoto.html>

Partagez avec vos amis

Si vous avez le goût de partager ce document d'information, cela me ferait grand plaisir! Cependant, S'il vous plait, transmettez-leur le lien pour s'inscrire à l'infolettre pour recevoir gratuitement ce PDF. Ne partagez pas ce PDF directement (via email, etc.). J'apprécie beaucoup que vous respectiez les termes de ce contenu gratuit.

Merci beaucoup de votre collaboration!

Bon succès!