

Comment proposer le juste prix?

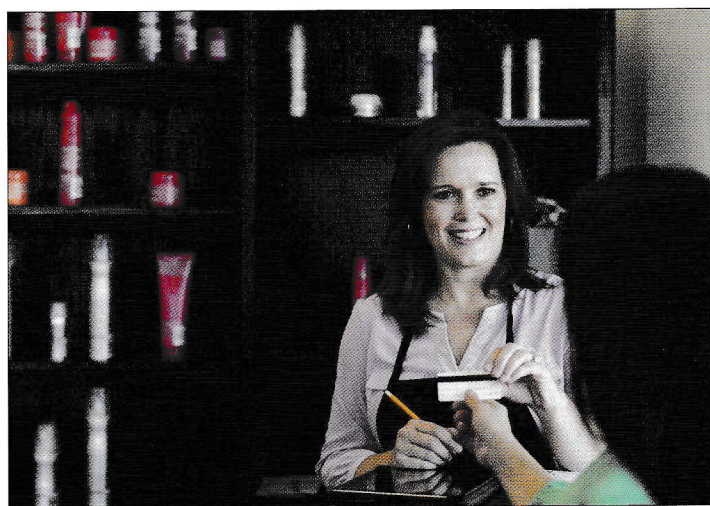
Proposer le juste prix pour chaque prestation et chaque produit demeure un vrai casse-tête pour nombre de gérants de salon, qui se doivent de prendre en compte plusieurs paramètres... incontournables!

DÉFINIR SON POSITIONNEMENT

Il va de soi que les prix des prestations ne peuvent pas être les mêmes selon les salons. Ainsi, qu'il s'agisse d'un salon entrée de gamme, moyenne ou haut de gamme, les prestations pourront être similaires, mais les prix, en revanche, varieront parfois largement. Pour Christophe Adric, gérant associé du salon Franck de Roche à Paris XI^e: « *Il est, d'abord, indispensable d'analyser la zone de chalandise et de voir si le salon se situe, par exemple, en centre commercial ou en centre-ville, s'il fait face à un supermarché ou bien à l'opéra...* »

DÉTERMINER LE POIDS DES COÛTS FIXES

C'est une réalité immuable, sur chaque salon pèsent des charges fixes qu'il faut prendre en compte pour déterminer, ensuite, le juste prix des prestations. « *Chaque salon doit avoir un retour sur investissement, en fonction du standing choisi et du montant investi*, poursuit Christophe Adric. *Et, pour y parvenir, il faut calculer les charges incompressibles de fonctionnement et de développement. Suivant le résultat de ces calculs, le coiffeur déterminera le prix de sa fiche moyenne et le volume qu'il doit faire.* »



La cliente est volage et recherche le meilleur service pour le meilleur prix.

ÉTABLIR LE COÛT DE REVIENT AU MÈTRE CARRÉ

Le prix des prestations va aussi être tributaire de la surface du salon. En effet, il n'est pas possible de faire autant

L'AVIS DE FRANCK FRANÇOIS



© Régis Orman

« *Dans un salon, les prix doivent être établis en fonction de l'endroit où il est implanté et des services rendus. L'augmentation*

des prix doit donc être corrélée avec le nombre de services proposés en salon et son luxe. Chez Tchip, les prix sont très raisonnables, car on se contente de couper les cheveux. Nous n'offrons pas de café! »

de volume dans un salon de 70 m² que dans une unité de 300 m². En revanche, un gros salon engendrera plus de masse salariale et un investissement matériel plus important qu'un petit. C'est la prise en compte de tous ces éléments et un calcul avisé qui permettront de fixer au mieux les tarifs.

S'INTÉRESSER À LA CONCURRENCE

Comparer l'offre et les prix des salons concurrents est aussi un moyen de se guider.

C'est l'avis de Maryline Biache, gérante du salon MC Team à Nice (06): « *Je vérifie régulièrement les tarifs des prestations de mes concurrents, mais aussi leurs offres spéciales, les packages qui marchent... C'est important de ne pas être trop en décalage avec les salons qui ont un positionnement similaire au mien, car la cliente est volage et recherche le meilleur service pour le meilleur prix.* »

JUSTIFIER LE PRIX

Mais, quel que soit le choix des prix, le plus important est de les justifier auprès de la clientèle. « *L'artistique de chaque coiffeur et le talent n'ont pas de prix*, conclut Christophe Adric. *Au final, c'est à chacun de prouver, par son art, que ses tarifs sont justes et adéquats!* »

Florence Bernardin