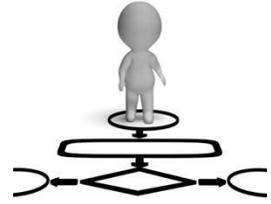


Stratégie pour la hausse de prix



1. Quel est l'historique des hausses de prix pour votre marque et pour la catégorie?
2. Pouvez-vous justifier la hausse de prix?
 - a. Hausse du coût des intrants
 - b. Valeur ajoutée
3. Quelle est votre position au sein de la catégorie?
4. Connaissez vos FFPM (forces, faiblesses, possibilités et menaces).
5. Les cinq forces de Porter
 - a. La menace d'entrants potentiels sur le marché
 - b. Le pouvoir de négociation des acheteurs
 - c. La menace des produits de substitution
 - d. Le pouvoir de négociation des fournisseurs
 - e. L'intensité de la rivalité entre les concurrents
6. Calculez la hausse de prix pour le consommateur.
7. Prenez une décision au sujet de la hausse de prix
8. Mettez en place une stratégie de mise en place pour aviser les clients.
9. À considérer avant de hausser les prix : que se passera-t-il si vous annoncez une hausse de prix, mais pas vos concurrents?