

FICHE 3

Pratiquer le prix « juste » nécessite un savoir-faire précis où il est nécessaire de trouver l'équilibre entre ses prétentions financières et le budget estimé du prospect. Ne pas fixer le bon tarif est d'ailleurs la première étape qui mène vers la spirale de l'échec. Pour estimer correctement vos prestations et définir vos honoraires, voici l'essentiel à savoir.

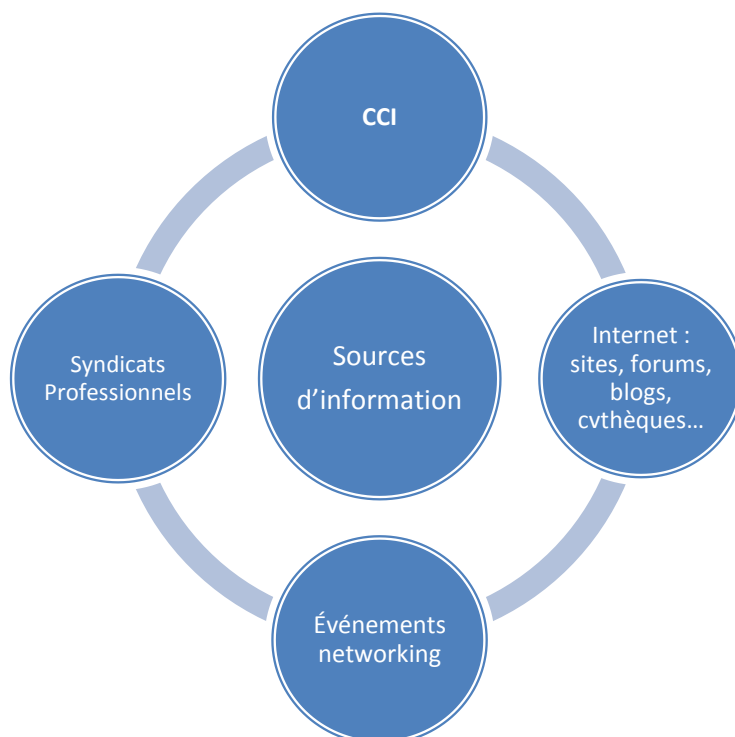
Étudier le marché

Pour savoir si vous surestimez vos prestations ou si, au contraire, vous bradez vos prix, il vous faut évaluer les prix du marché.

Pour **estimer ses honoraires en fonction des réalités du marché**, le consultant indépendant devra se référer auprès des barèmes publiés par les Chambres de Commerce et d'Industrie. Un autre point de repère concerne les syndicats professionnels, les agences et les clients potentiels.

Dans un cadre moins structuré, le consultant peut se faire une opinion des tarifs appliqués en consultant les prix publiés sur les sites, les forums et les blogs ou en analysant les prétentions et les prix renseignés dans les CV de freelances et dans les offres d'emplois.

Le consultant peut même envisager de demander directement les grilles tarifaires appliquées par ses confrères ou participer à des réunions professionnelles, notamment par le biais de sa société de portage salarial si elle organise des réunions du réseau permettant aux consultants de se réunir et échanger entre eux.



ANALYSER LA CONCURRENCE

Pour ne pas sous-évaluer ou surestimer une prestation, la plus simple est de savoir à combien les autres prestataires refacturent une mission et de s'aligner sur leur prix. Pour ce faire, pensez à faire une demande de « devis » gratuit sur un site concurrent, de préférence de manière anonyme. Vous pouvez également voir les offres proposées sur les sites de portails professionnels freelances pour avoir une idée de prix. Certes, chaque mission est unique. Toutefois si vous avez fait une proposition antérieure pour un autre client, n'hésitez pas à reprendre son dossier pour évaluer à quel prix celui-ci a consenti ou a décliné votre offre pour avoir une idée de tarif de base pour le nouveau prospect.

CALIBRER LES PRIX SELON LE BUDGET DU CLIENT

Le bon prix, c'est celui qui correspond au budget de votre prospect. Pour le fixer, il vous faut **connaître l'enveloppe budgétaire de votre client**, à combien il est prêt à payer pour cette prestation. N'hésitez donc pas à lui demander directement une fourchette estimative. Dans le cas où son évaluation est bien au-dessous de vos prévisions, portez une attention particulière sur les modalités de la mission : étendue, délais, objectifs... Cela vous aidera, en effet, à définir si vous partagez la même compréhension de la mission avant de faire, à votre tour, toute proposition.

ÉVALUER LES CHARGES

Les honoraires du consultant sont différents de la rémunération du salarié notamment en portage salarial. Le poids des charges est un paramètre capital à évaluer avant d'émettre un devis. Pour fixer le bon prix, garder à l'esprit que les références en matière de salaire n'ont pas de valeur chez le consultant. Les charges sociales se répercutent, en effet, directement sur les tarifs appliqués. Bien souvent, les salariés reprochent les tarifs « déraisonnables » des consultants, pourtant logiquement liés à l'équilibre entre la production proprement dite (générant un

chiffre d'affaires) et le développement (incluant des tâches non chiffrables comme la formation, la conception et la mise à jour des outils, la prospection, le réseautage, outre les tâches non refacturées).

VALORISER SON EXPERTISE

Pour une entreprise, recourir aux services d'un consultant constitue un investissement. Par conséquent, elle s'attend à la compétence et à la qualité des prestations fournies. En proposant vos services, vous avez, par définition, l'expertise et le savoir-faire requis pour mener à bien vos missions. Bien que déterminant, le prix que vous proposez n'est donc pas pour autant le seul élément de sélection. Pour bien fixer vos honoraires, il est essentiel d'**évaluer et de valoriser les forces de votre offre**. Il vous faudra, notamment, éviter à tout prix de sous-évaluer votre prestation même si vous êtes à votre première mission. Facteurs de crédibilité, les tarifs que vous proposez supposent la valeur ajoutée potentielle de votre offre. Outre le fait de ne jamais descendre en deçà des prix du marché, évitez également de donner trop de conseils « gratuits ». Certes il est essentiel de faire preuve de professionnalisme et de démontrer votre maîtrise du sujet. Mais cela ne veut pas dire qu'il vous faut dévoiler l'essentiel de votre plan d'action dès le premier contact.

JUSTIFIER SES TARIFS

La plupart des clients et prospects effectuent un comparatif de devis avant de choisir un prestataire. Dans le cas où vos prix semblent moins concurrentiels, justifiez la différence en précisant la **valeur ajoutée de votre offre**. Si votre prospect demande une révision à la baisse de vos prestations, pensez à négocier une contrepartie comme la récurrence de la mission ou un engagement sur la durée. Si l'effort demandé vous conduit à réduire de moitié vos tarifs, il est préférable de passer votre tour pour ne pas perdre votre crédibilité. En revanche, vous pourrez utiliser ce retour pour les évaluations à venir de vos devis.



CONSEIL IMPOSEZ VOS TARIFS !

Vos honoraires reflètent votre professionnalisme et votre image.

Par conséquent, n'hésitez pas à définir clairement et fermement vos tarifs à l'écrit et à l'oral si vous avez l'opportunité.

Si besoin, prenez le temps d'explicitier et de justifier les raisons de vos honoraires lors de vos rendez-vous en tête-à-tête plutôt que de succomber à cette réticence à parler d'argent.



FICHES PRATIQUES

Retrouvez l'ensemble de nos fiches pratiques pour bien débiter son activité de consultant sur notre site internet.



POUR RÉSUMER

- Avant toute chose, évaluez les prix du marché et estimez vos honoraires en conséquence.
- Apprenez à mieux connaître la concurrence pour choisir votre positionnement.
- Déterminez en amont le budget de votre client pour être cohérent et adapter au mieux votre offre.
- Avant d'émettre un devis, pensez aux charges plus lourdes qui vous seront imputées ainsi qu'aux éventuels creux d'activité.
- Préparez toujours des arguments pour justifier vos tarifs et valoriser votre offre.
- Faites preuve de souplesse sans pour autant vous brader. Essayez toujours de négocier une contrepartie en échange d'un effort sur vos tarifs.

A PROPOS D'ABC PORTAGE

Référence du portage salarial en France, nous nous engageons au quotidien pour favoriser le succès de nos consultants dans leurs activités et projets professionnels.

Pour une gestion personnalisée, contactez-nous

Groupe ABC Portage

Paris – Lille – Lyon – Nantes – Marseille – Toulouse – Siège social : 24, rue de Prony – 75017 Paris
Tél : +33 (0) 1 43 80 51 61 – E-Mail : contact@abcportage.fr - www.abcportage.fr