



macy's

TARGET

ANTHROPOLOGIE

Crate
& Barrel

WILLIAMS
SONOMA

HomeGoods®

CALIFORNIA

POTTERY BARN

RESTORATION
HARDWARE

COST PLUS
WORLD MARKET
Unique, authentic and always affordable.

ALL+
MODERN

Pier 1 imports®

Dillard's



bloomingdale's

Atelier sur la Commercialisation de
l'Artisanat Marocain aux Etats-Unis

Développement de produit axé
sur le prix

Par
Elaine Bellezza
Handicraft Value Chain Expert



Bellezza Global Consulting (BGC)
www.bellezzaglobalconsult.com
info@bellezzaglobalconsult.com



Veuillez éteindre votre téléphone portable



« Les bons produits ne manquent pas dans ce monde ! »
...*Acheteur des États-Unis*

Ce qui fait un bon produit?



Étude de cas, Lesotho

Un designer de renommée internationale a conçu une belle collection de produits décoratifs en laine tissée à la main avec une entreprise au Lesotho.

Tous les acheteurs ONT ADORÉ la collection mais ne l'ont jamais achetée.

L'entreprise n'a eu aucune commande pendant cinq ans !

Les produits étaient simplement trop chers.

- Les coûts de matières premières étaient trop chers
- Le tissage complexe prenait beaucoup de temps
- les fils de laine très épais demandaient bien trop de matières premières.



Ainsi, ces beaux produits étaient-ils un *EXCELLENT DESIGN* ?



Nous avons apporté des changements à ces produits – à la place de la laine tissée au dos des oreillers nous avons mit le coton

Mais ils étaient encore trop chers.

Finalement, nous avons créé des collections entièrement nouvelles moins de temps et utilisé moins de matériaux, et elles se sont immédiatement extrêmement bien vendues.



- Le tissage ouvert et simple prend moins de temps
- Les pièces du cou ne sont pas tissées du tout
- Les fils de laine plus fins utilisent moins de matière
- Les couleurs et les styles tendance ont une valeur perçue élevée

Peut-être qu'ils ne sont pas aussi beaux que les produits précédents, mais ils VENDENT!



Faibles couts de production / Haute valeur perçue

FCP / HVP

FCP / HVP est la clé pour le développement de produit axé sur le prix

1. Quels sont les coûts d'un produit?
2. Qu'est-ce que la "valeur perçue"?

faibles couts de production. /haute valeur percue



FCP / HVP

La "valeur perçue" - Etude de cas: Boucles d'oreilles Fulani du Mali

Au Mali, ces boucles d'oreilles sont très courantes
Elles se vendent à environ \$2.00 la paire

Nous les avons vendus comme ronds de serviette
et nous les avons vendues à **\$5.00 chacune (\$10 la paire)**

Le simple fait de changer l'utilisation a augmenté
la « valeur perçue » de 5 fois la valeur d'origine



Mais... Aux États-Unis, les bijoux ont une très grande valeur perçue

Aux États-Unis, les ronds de serviette se sont vendus à \$5.00 chacun
Mais les boucles d'oreilles se sont vendues à \$50.00 la paire!

Toutes ces variations sont fondées sur la **VALEUR PERÇUE**, avec
absolument aucun changement apporté au produit



Avez-vous fait la même expérience dans votre travail ?



FCP / HVP

La difficulté est que vous ne savez souvent pas ce qui a une grande valeur perçue aux États-Unis ou dans d'autres marchés

Quelques généralités sur la valeur perçue dans le Marché des États-Unis

- Les bijoux ont une plus grande **valeur perçue** que les autres accessoires comme :
 - Parures de cheveux
 - Porte-clés
 - Pochettes





FCP / HVP

La leçon est de réduire les coûts de main-d'œuvre et de matériel, tout en créant des produits les valeurs du marché et trouve élégant. C'est la stratégie pour augmenter les profits.

Questions? Remarks?



Développement de produit axé sur le prix

C'est une bonne idée de connaître le prix de produits similaires dans votre marché cible.

Si possible, il est préférable de commencer avec un prix de détail **moyen** pour un produit similaire sur le site web d'un acheteur

Divisez ce prix par 7 (ou 8) pour obtenir un prix approximatif que l'acheteur paiera



\$70.00 in US

$$\$70 / 7 = \$10 \text{ Prix FOB}$$

Votre produit à \$10



L'acheteur paie la livraison internationale, la douane, les taxes, etc. Plus les salaires et le loyer.
3X = \$30 de prix de vente en gros



Le magasin de détail l'achète à \$30 et le multiplie par 2,5 pour couvrir les frais généraux.
= 75 \$ pour le Consommateur Finale

Si vous connaissez le prix de détail aux États-Unis, vous pouvez calculer en sens inverse pour déterminer un prix FOB estimé pour vos produits



Guide de réussite des prix ciblés

1. Simplifier, Simplifier, Simplifier

- Créez des designs avec des sections larges et simples
- Réduisez le nombre d'éléments ajoutés, comme les poches, décorations, fermetures, etc.
- **Chaque décoration de \$1.00 ajoute \$7.00 au prix final. Choisissez soigneusement.**
- Dimensionnement simplifié (S, M, L) ou vêtements à taille unique
- Créez des ensembles pouvant être vendus individuellement ou en groupe
- Imbrication des produits autant que possible – réduit beaucoup les frais de livraison





Matières en vrac

- Avant de commencer le développement du produit, assurez-vous que vous pouvez obtenir les matières en vrac, sans contraintes.

Souvenez-vous qu'un acheteur en gros voudra commander toute l'année.

- Utilisez des matières que vous pouvez obtenir en vrac, et utilisez le prix en vrac en déterminant les coûts, y compris les coûts de livraison des matières en vrac, le cas échéant.
- Concevez des produits qui maximisent l'utilisation de la matière et réduisent le gaspillage. Par exemple, en utilisant des produits de design de métrage qui correspondent aux tailles de métrage.
- Concevez d'autres produits en utilisant les matières restantes de la production qui pourraient être incluses dans la collection



D'autres coûts seront calculés dans le prix

Es-Works - Prix de départ d'usine – Le prix du centre de production ou de l'usine

Prix du FOB (fret à bord) – Prix prêt à l'exportation, inclut les réglementations douanières, le transport vers le port (air ou mer), tous les autres frais d'exportation.

Les matières d'emballage et la main-d'œuvre peuvent être incluses dans le coût de départ d'usine, ou dans le coût de FOB, selon l'accord et le contrat.

Éléments du prix de départ d'usine :

Votre prix de départ d'usine devrait inclure :

- Coût de production (Main d'œuvre et Matériaux)
- Frais généraux (Charges mensuelles hors-production)
 - salaires hors-production
 - coûts administratifs
 - loyer
 - électricité
 - téléphone et Internet
 - assurance et autres charges
- Marge de profit
- Transport local pour travailler avec des groupes d'artisans hors



Comme les frais généraux sont un coût mensuel fixe, lorsque vos ventes augmentent, le pourcentage de vos frais généraux diminue.

Par exemple :

Divisez les coûts mensuels fixes par les Ventes mensuelles, et multipliez par 100 pour obtenir le pourcentage des frais généraux

(Coûts fixes) 1 000 \$ / (Ventes mensuelles) 5 000 \$ = .2 .2 X 100 = 20 % de frais généraux

Si les ventes augmentent jusqu'à 10 000 \$, alors les frais généraux seront de 10 %





