

La notion de valeur

Le prix, le coût et la valeur

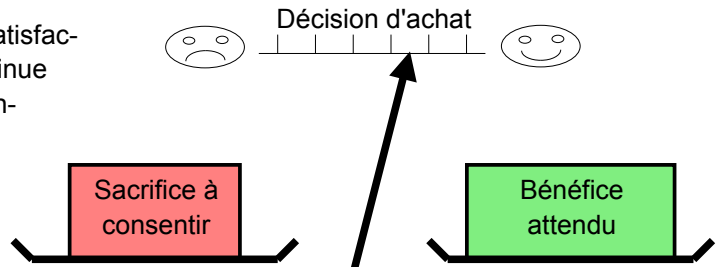
Le prix, c'est la somme d'argent que va déboursier le Client pour acquérir le produit.

Le coût, c'est le total des dépenses engagées pour réaliser le produit et le mettre à disposition du Client. On parle également de "prix de revient"

La Valeur est une grandeur qui croit lorsque la satisfaction du besoin de l'utilisateur augmente, et qui diminue lorsque les dépenses afférentes au produit augmentent.

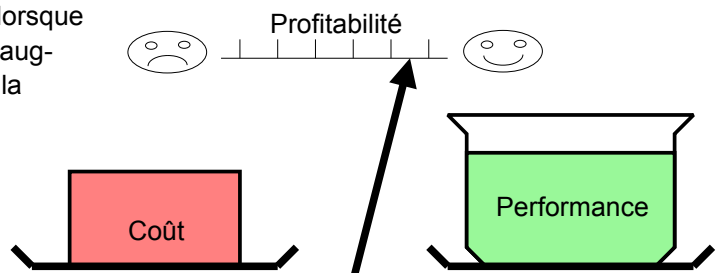
La valeur pour le Client-utilisateur

Pour le Client, la valeur du produit qu'il convoite augmente dans deux cas : soit si les sacrifices qu'il consent pour l'acquérir (dont le prix) et le mettre en service diminuent, soit si le bénéfice qu'il en attend se trouve augmenté. Le schéma ci-contre figure la "balance du désir"



La valeur pour le Concepteur-réalisateur

Pour le concepteur, la valeur du produit augmente lorsque son coût diminue ou lorsque sa performance augmente. Dans les deux cas son profit va croître. Si la performance augmente les Clients seront plus nombreux à acheter. Si le coût diminue, soit le prix baisse et les quantités vendues augmentent, soit le prix reste inchangé et la marge par produit augmente. Notons qu'il ne sert à rien de faire croître la performance au-delà de ce que le Client estime parfait (sur le schéma, le récipient déborde)



Le courant de valeur

Pour une famille de produits (l'automobile, le téléphone...) on observe, à l'échelle de plusieurs dizaines d'années, une tendance générale à la hausse. C'est la notion de "courant de valeur". Dans une même famille, on assiste, au grès des évolutions et des naissances de produits, à des situations comme décrites par le schéma ci-contre : Les "sorties de piste" par le bas pour des produits qui n'ont pas évolué (1) ou pas assez évolué (2). Les produits qui restent dans le courant de valeur (3). Les sorties de piste par le haut, soit que le produit disparaisse définitivement (4) ou revienne en force quelques années plus tard (5).

Ou placeriez-vous : - La coccinelle de volkswagen - L'aérotrain de Bertin - La Velsatis de Renault - La Renault 14 (la "poire") -

L'Analyse de la valeur

Comment faire évoluer votre produit pour le maintenir dans le courant de valeur et augmenter sa profitabilité ? Pratiquer l'Analyse de la valeur !

Pour en savoir plus

S'abonner à la revue "La Valeur" de l'AFAV

Se procurer les normes AFNOR X50-152 et X50-153

