RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ONISEP L'INFORMATION POUR L'ORIENTATION

Spécialiste pricing (tarification)

Fixer le bon prix en fonction de la typologie de l'entreprise cliente et du produit et/ou du service, c'est l'objectif du ou de la spécialiste pricing (tarification) travaillant dans les commerces de gros.

SOMMAIRE

Le métier

Compétences requises

Où l'exercer ?

Les études

Emploi et secteur

Salaire du débutant

Pour aller plus loin

Niveau minimum d'accès : **bac + 5**

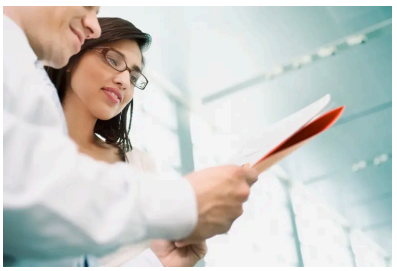
Salaire débutant : **2833 €**

Statut : **Statut salarié**

Synonymes : Analyste prix, Chef / cheffe de projet pricing (tarification), Pricing manager (responsable des prix)

Secteur professionnel : Commerce et distribution

Centres d'intérêt : J'ai le sens des affaires, J'aime manier les chiffres



© Adobe stock

Le métier

Fixer les prix

Bien positionner ses prix est crucial pour vendre. Le ou la spécialiste pricing (tarification) détermine, pilote et fait évoluer la tarification, en fonction de l'offre et de la demande, mais aussi en fonction du profil de chaque client ou cliente. Dans les commerces de gros, comme dans toutes les entreprises qui font du B to B (commerce interentreprises), il ou elle assure la mise en œuvre, sur mesure, du système de positionnement tarifaire pour chaque client professionnel ou cliente professionnelle.

Analyser des données clientèle/produit

Pour cela, il ou elle doit identifier la valeur d'un produit ou d'un service vendu. Il ou elle prend en compte les prix pratiqués par la concurrence, étudie de nombreuses données clients grâce aux outils de GRC (gestion de la relation client) qui permettent d'établir un modèle de segmentation par client ou cliente et par produit.

Proposer du sur-mesure

Il ou elle établit une grille tarifaire, variable selon les activités de l'entreprise cliente (automobile, agroalimentaire, fabrication textile...), son lieu géographique (pour les frais de livraison), sa capacité de production, les objectifs de marge, l'importance de son chiffre d'affaires global, etc. Le prix, adapté à chaque fois, contribue ainsi à assurer le chiffre d'affaires du grossiste sur le long terme et sa compétitivité.

Compétences requises

Esprit d'analyse

Un bon esprit d'analyse est primordial pour donner du sens à une multitude de données, réaliser et mettre à jour des tableaux de bord de simulation de prix. En plus des connaissances en marketing, en stratégie commerciale, en analyse financière... il faut aussi maîtriser les techniques de *data mining* (exploration des données), les logiciels de gestion des données et, parfois, savoir programmer des algorithmes pour produire des cotations. Il ou elle doit s'intéresser aux nouvelles technologies, car l'apport de IA (intelligence artificielle) va permettre des analyses de plus en plus complexes et des segmentations de plus en plus fines.

Bonne communication attendue

Le ou la spécialiste pricing doit savoir communiquer en interne sur ses activités, avec différents types d'interlocuteurs ou d'interlocutrices, notamment les personnes des achats, du commercial et du marketing. Il est amené ou elle est amenée à réaliser des présentations sur supports informatiques qui aideront aux prises de décisions.

Où l'exercer ?

En équipe

Le ou la spécialiste pricing exerce une activité sédentaire, au bureau ou en salle de réunion. Il ou elle peut travailler au sein d'une équipe dédiée : les tâches de plusieurs chargés ou chargées de tarification sont alors encadrées par un directeur ou une directrice pricing (responsable des prix). Certains chargés ou certaines chargées peuvent avoir une spécialité comme l'analyse de la rentabilité des offres commerciales. Toutefois, dans les PME (petites et moyennes entreprises), il n'y a généralement qu'une personne à ce poste.

Coordination de la politique tarifaire

Plus généralement, ce ou cette spécialiste doit travailler en synergie avec les équipes du service marketing (mercatique), commercial, financier... afin d'optimiser le positionnement des produits de l'entreprise. Il ou elle intervient aussi en support des équipes de terrain (vendeurs ou vendeuses, logisticiens ou logisticiennes...), dans la mise en œuvre du système de tarification.

Les études

Après le bac

5 ans pour obtenir un master (en commerce, marketing, finance, économie appliquée, contrôle de gestion), un diplôme d'école supérieure de commerce spécialisé dans les sciences et techniques du marketing (études quantitatives et qualitatives) ou encore un diplôme d'ingénieur (en statistiques, par exemple).

bac + 5

→ Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international (PGE) de l'IDRAC

→ Diplôme d'ingénieur de l'École nationale de la statistique et de l'administration économique du Groupe des écoles nationales d'économie et statistique

→ Diplôme d'ingénieur de l'École nationale de la statistique et de l'analyse de l'information du groupe des écoles nationales d'économie et statistique

→ Diplôme en marketing

→ Master mention commerce et distribution

→ Master mention contrôle de gestion et audit organisationnel

→ Master mention économie appliquée

→ Master mention finance

→ Master mention marketing, vente

Emploi et secteur

Nouvelles opportunités

Ce métier est encore récent dans les entreprises des commerces de gros mais s'y développe. Ces dernières peuvent avoir des tailles et des activités très diverses. Plus de la moitié d'entre elles commercialisent des produits interindustriels, c'est-à-dire destinés à être intégrés à la production : matériels électriques, informatiques, sanitaires et de chauffage, pièces automobiles, etc. D'autres entreprises vendent en grande quantité des produits alimentaires ou non alimentaires (vêtements, fleurs coupées, peinture...).

Expertise recherchée

Le secteur des commerces de gros recrute principalement des personnes maîtrisant parfaitement la gestion de systèmes de tarification, après une première expérience au sein d'une société de conseil ou d'une entreprise, en matière de gestion de systèmes tarifaires, de préférence dans le domaine du B to B (commerce interentreprises).

Évolution possible

Les spécialistes pricing peuvent évoluer vers différents métiers du marketing et du e-commerce (commerce en ligne) : responsable marketing, manager ou manageuse des dispositif de GRC (gestion de la relation clients)... Ils ou elles peuvent aussi diriger un service pricing.

Secteur

Ce métier peut être exercé dans tous les secteurs d'activité : agriculture ; BTP ; commerce et services ; énergie ; industrie.

Commerce et distribution

Salaire du débutant *

À partir de 2833 euros brut par mois.

* variable en fonction du lieu d'exercice, du statut.

Pour aller plus loin

Sur le web

Information sur les métiers qui recrutent et sur l'alternance par l'Opco (opérateur de compétences) Akto.

Site de l'Observatoire prospectif des métiers et des qualifications de l'Opco (opérateur de compétences) Akto, présentant des fiches-métiers, des statistiques, les tendances du secteur.

Librairie



DOSSIERS

Écoles de commerce

Paru le 06/01/2026
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €



PARCOURS

Les métiers du commerce, du marketing et de la publicité

Paru le 14/10/2021
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €

Centres d'intérêt

Autres métiers à découvrir

- Vendeur de matériel médical, paramédical
- Responsable marketing sportif
- Responsable marketing (mercatique) (mode)
- Responsable e-commerce
- Responsable de marque