

STRATÉGIES DE TARIFICATION

OBJECTIFS

La personne choisie sera responsable d'identifier des opportunités et de mener des actions pour augmenter les marges, par l'optimisation de la tarification de nos produits tout au long du cycle de vie de l'après-marché (maintenance et ventes de pièces de rechange).

DESCRIPTION DU POSTE

Création de valeur par des ajustements de prix :

- Pour un modèle de moteur donné, participer à l'analyse financière du marché de l'entretien et de l'offre de produits P&WC afin de proposer des changements de prix ou d'offre de produits. Par exemple, l'analyse peut mener à la conclusion que le prix du produit x devrait être augmenté car il se vend plus que le produit y, mais génère une marge inférieure;
- Participer à la création et à la mise en œuvre de stratégies de tarification à travers le cycle de vie en définissant des stratégies de tarification génériques pour les modèles de moteurs récemment introduits (par exemple: capture maximale), les moteurs en milieu de vie et les moteurs en fin de vie (par exemple: repousser la fin de vie);
- Travailler avec les principales parties prenantes au sein de P&WC pour : obtenir différents points de vue sur le marché, recueillir des idées de changements de prix/produits, valider les recommandations de changement proposés, planifier la mise en œuvre, obtenir l'approbation de la direction, piloter la mise en œuvre et s'assurer que la création de valeur est réalisée de manière durable;

AVANTAGES

- Sens de l'organisation et capacité à travailler sous pression avec des priorités concurrentes et variables
- Compétences en matière de relations humaines et de communication
- Expérience dans la manipulation de grands ensembles de données
- Connaissance des produits de maintenance ou connaissance technique des moteurs

RÉALISATIONS ET LIVRABLES

- Pour un modèle de moteur donné, participer à l'analyse financière du marché de l'entretien et de l'offre de produits P&WC afin de proposer des changements de prix ou d'offre de produits. Par exemple, l'analyse peut mener à la conclusion que le prix du produit x devrait être augmenté car il se vend plus que le produit y, mais génère une marge inférieure.

FORMAT

- Ville : Longueuil
- Date de début : 2024-01-08 00:00:00
- Date de fin : 2024-04-26 00:00:00
- Période : 3
- Temps plein
- Niveau d'étude : Bac 3eme année , Bac 4eme année , Maîtrise ,
- Domaine d'études : Finances , Gestion de l'entreprise , Administration d'entreprise ,

514.552.9512 | support@placementspot.ca | placementspot.ca
673 rue Saint-Germain, Montréal (Québec) H4L 3R6 Canada

