



Fiche métier

Spécialiste pricing (tarification)

Détermine, pilote, fait évoluer et assure la mise en œuvre du système de positionnement tarifaire de l'entreprise au travers d'un modèle de segmentation clients/produits. Peut être chargé du support des équipes de terrain dans la mise en œuvre du système de tarification.

→ AUTRES APPELLATIONS

- ▶ Chef de projet pricing
- ▶ Chargé de suivi compliance / contrats

→ FICHE(S) ROME

[M1403 : Études et prospectives socio-économiques](#)

→ CONDITIONS D'EXERCICE / VARIABILITÉ DU MÉTIER

Certains profils sont spécialisés dans l'analyse de la rentabilité des offres commerciales. Selon les organisations en vigueur et le niveau de structuration de la fonction tarification, les activités et compétences présentées ci-dessous peuvent être mises en œuvre par un même professionnel ou réparties entre plusieurs personnes au sein de l'entreprise.

→ ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

→ COMPÉTENCES

→ ACCÈS AU MÉTIER

Pré requis

L'accès au métier nécessite une expérience préalable acquise au sein d'une société de conseil ou d'une entreprise en matière de gestion de systèmes de tarification, de préférence dans le domaine du B to B.

Parcours possibles (attention cette liste est seulement indicative)

Master en commerce, marketing, finances, école d'ingénieur ou école de commerce avec spécialisation dans le marketing quantitatif

→ DOMAINES DE CONNAISSANCE**Commerce / marketing**

- ▶ Stratégie marketing
- ▶ Stratégie et analyse financière
- ▶ Techniques de marketing quantitatif et de revenue management
- ▶ Stratégie commerciale

Technologies et outils d'analyse

- ▶ Outils de gestion de données et de bases de données
- ▶ Techniques de data mining
- ▶ Techniques et outils d'aide à la décision
- ▶ Outils bureautiques

Communication

- ▶ Anglais technique et professionnel

Organisation

- ▶ Techniques de gestion du temps
- ▶ Méthodes et outils du travail en équipe
- ▶ Techniques de conduite de projet

→ D'UN MÉTIER À L'AUTRE ...

Les spécialistes pricing (tarification) peuvent évoluer vers différents métiers du marketing et du e-commerce : responsable marketing, management du dispositif de GRC, ...

→ UN MÉTIER EN MOUVEMENT

Le métier est d'apparition récente dans les entreprises de la branche. Au-delà de la mise en place de la fonction et des enjeux stratégiques associés, les professionnels devront être capables de développer des collaborations efficaces au sein de l'entreprise et de faire connaître les potentialités offertes par leurs activités. Dans ce contexte, leur capacité à communiquer en interne avec différents types d'interlocuteurs, en particulier les professionnels des achats, du commercial et du marketing, sera déterminante.