FIXER SES TARIFS DE PRESTATIONS DE MARIAGE

Workbook

WEDDING wbf BY FABIOLA

hello!

Crédit photo : Anaïs Guerlain

Je suis Fabiola Plazanet,
la fondatrice de
Wedding by Fabiola et
Wedding by Fabiola
pour les pros.

@weddingbyfabiola

D'abord wedding planner et blogueuse mariage, je suis désormais officiante de cérémonie laïque, auteure de guides et formatrice de professionnels du mariage.

Lorsque j'ai débuté dans le secteur nuptial en 2014, je n'avais aucune expérience de l'entreprenariat et j'avais tendance à me brader par peur de ne pas avoir de clients.
Mais j'ai très vite constaté que cette technique ne portait absolument pas ses fruits et j'ai rectifié le tir avant qu'il ne soit trop tard.

Dans ce workbook, je partage avec toi mes astuces, conseils et méthodes pour t'éviter de commettre les mêmes erreurs que moi et te faire gagner du temps.

wbf

Sommaire

4	Comment définir ses objectifs de revenus ?
13	Comment déterminer le prix de chaque prestation ?
18	Quels modes de facturation ? Quels types d'honoraires ?
22	Conseils pour assumer ses tarifs

À propos de ce workbook

Grâce à ce workbook, tu vas pouvoir calculer de façon très concrète tes objectifs de revenus, ton salaire minimum (celui dont tu as besoin pour vivre) ainsi que ton tarif horaire.
Tu pourras ainsi avoir une idée claire du chiffre d'affaires que tu dois engendrer pour vivre de ton métier.

Pour cela, nous allons aborder dans ce workbook, un certain nombre de questions :

- Comment définir ses objectifs de revenus ?
- Comment déterminer le prix de chaque prestation ?
- Quels modes de facturation ? Quels types d'honoraires
- Comment assumer ses tarifs ?

Autant de questions nécessaires pour définir une stratégie d'entreprise fiable et cohérente qui te permettras de faire vivre ton entreprise et ton foyer, tout en te consacrant de façon raisonnable à ton activité et en t'accordant des moments de pause.

Attention, ce workbook ne peut pas remplacer le travail de la création d'entreprise. Nous allons seulement t'indiquer les démarches et les étapes à suivre pour effectuer un calcul juste. Mais malgré notre expérience et notre volonté de transmettre, rien ne remplace les conseils d'un fiscaliste, d'un expert-comptable ou d'un conseiller financier.

wbf

COMMENT DÉFINIR SES OBJECTIFS DE REVENUS ?

wbf

Ce qu'il faut prendre en compte pour calculer ses tarifs

1 Les prix du marché

2 Les coûts et charges privées obligatoires et loisirs

3 Les frais profesionnels

4 Le temps non facturable

5 Le positionnement marketing

6 Le prix psychologique

7 Les perspectives d'évolution

Le prix du marché

Analyser les prix pratiqués par tes concurrents va te permettre de valider ta politique de prix et de vérifier que tu ne fais pas fausse route.

Mais ne te trompe pas de concurrents. Tes concurrents sont ceux qui se rapprochent le plus de ton positionnement : services identiques ou similaires, qui s'adressent à la même cible de clients, avec un discours et une stratégie proche des tiennes, et dans la même zone géographique.

La meilleure méthode pour analyser les prix de tes concurrents est de dresser un tableau comparatif dans lequel tu relèveras les prix pratiqués, le niveau d'expertise, la qualité des services, les services proposés, le positionnement, etc.

Il est vraiment indispensable de ne pas s'intéresser seulement au prix, mais aussi à tout ce qui l'entoure.

Les coûts et charges privés

	Mensuel en €	Annuel en €
Logement		
Impôts		
Alimentation et dépenses ménagères		
Habillement		
Loisirs et culture		
Enfants		
Transport		
Frais financiers		
Autres		
TOTAL		

wbf

Les frais professionnels

	Mensuel en €	Annuel en €
Frais généraux		
Charges matérielles		
Communication		
Charges sociales et fiscales		
Autres		
TOTAL		

Le temps non facturable

En tant qu'entrepreneur, tu ne bénéficies pas de congés payés. Les jours où tu ne travailles pas, tu ne génères pas (ou moins) de chiffre d'affaires.
C'est également le cas des congés maladies, ils n'existent pas pour les entrepreneurs.

Aussi, de part la saisonnalité de nos métiers, tu devras certainement faire face à des périodes plus creuses.
Enfin, pour le bon fonctionnement de ton entreprise, tu dois allouer du temps à la gestion administrative et comptable de cette dernière, à la prospection, aux réseaux sociaux...
Tout ce temps est nécessaire mais ne rapporte pas directement de chiffre d'affaires.

Pour que ce temps et es périodes d'inactivité, n'impactent pas ou peu ta rémunération finale, il est donc fortement conseillé de les anticiper en les prenant en compte dans le calcul de ton chiffre d'affaires et de ton taux horaire.

Le positionnement marketing

Tes prix varient aussi en fonction du marché que tu souhaites investir : l'entrée de gamme, le milieu de gamme, le haut de gamme, ou carrément le luxe.

Aussi tu pourras déterminer si tu veux opter pour une stratégie de volume ou de bénéfices.
En optant pour la stratégie de volume, tu te situeras dans la fourchette basse du marché car le but sera de réaliser un maximum de prestations à un prix abordable.

Si au contraire tu veux réaliser un maximum de bénéfices mais en effectuant moins de ventes, tu te situeras dans la fourchette haute.

Garde en tête que ta stratégie et ton positionnement vont influer sur la valeur perçue de tes services par tes clients.

Le prix psychologique

Il est très important de savoir à qui exactement tu souhaites vendre tes services pour savoir quel est le prix qu'il est prêt à dépenser pour l'obtenir. C'est en partie pour ça qu'il faut dresser le portrait de ton persona (= une personne fictive qui représente en tout point ton client idéal).

En pratique, ce prix psychologique est assez difficile à déterminer. La méthode la plus simple est tout simplement de créer un questionnaire dans le cadre de ton étude de marché, que tu soumettras ensuite à un panel.
Veille à bien envoyer ton questionnaire aux bonnes personnes, c'est-à-dire à la cible de clientèle à laquelle tu souhaites vendre tes prestations.

Souviens-toi que plus le prix que tu proposes est faible, plus tu renverras une image de qualité de service médiocre, et inversement.

Les perspectives d'évolution

Pour déterminer le prix de tes services, tu dois également prendre en compte l'évolution de ton entreprise.

Si tu démarres sous le statut de la micro-entreprise, tu es non assujetti à la TVA. Mais si ton activité fonctionne bien, tu dépasseras les seuils de chiffre d'affaires maximum et devras changer de statut. Pense donc à appliquer 20% de plus sur tes tarifs quand tu t'approcheras de ce seuil.

COMMENT DÉTERMINER LE PRIX DE CHAQUE PRESTATION ?

wbf

à toi de jouer!

Pour calculer mon salaire visé
Total de mes coûts et charges privés
+ mes frais professionnels (hors charges sociales)

.....€

J'obtiens alors un chiffre d'affaires à atteindre avant charges sociales (Urssaf et autres)
Pour ajouter mes charges sociales, je dois diviser ce résultat par le pourcentage inverse de mes charges.
Par exemple, si je suis en micro-entreprise, j'ai environ 25% de charges Urssaf. Je divise donc mon salaire visé par 0,75 (75 étant l'inverse de 25%).

Pour calculer mon objectif de chiffre d'affaire (≠ du salaire visé)
(Salaire visé / 0,X) .....€

X est l'inverse de mon pourcentage de charges

à toi de jouer!

Pour calculer le nombre d'heures travaillées dans le mois

Total des heures travaillées par jour (heures consacrées aux clients et temps non facturé) : ..... heures
x Total des jours travaillés par semaine : ..... jours
= Total des heures de travail par semaine : ..... heures

Total des heures de travail par semaine
x 4 semaines par mois
= Nombre d'heures travaillées dans le mois :

..... heures

Pour calculer ton taux horaire

Chiffre d'affaire visé / Nombre d'heures travaillées dans le mois

.....€
par heure

Pour récapituler

J'ai besoin de .....€ par mois de rémunération nette.

J'ai environ .....€ de frais professionnels par mois.

Je travaille .....h par jour, ... jours sur 7, soit ..... heures par mois.

Mes cotisations sociales sont de .....%.

Mon taux horaire doit être au minimum de ..... € l'heure.

Le prix de mes prestations

	Temps passé en heure	Taux horaire	Prix unitaire en €
Organisation totale			
Organisation partielle			
Coordination jour J			
Conseils			
Célébration de cérémonie laïque			

Pour calculer ton prix unitaire

Temps passé en heure x taux horaire

QUELS MODES DE FACTURATION ? QUELS TYPES D'HONORAIRES ?

wbf

Les différents modes de facturation

Facturer uniquement ses honoraires

Dans ce cas, les futurs mariés ne nous règlent que nos honoraires de planification, organisation, coordination et conseils...

Avantages

- Une transparence totale vis-à-vis des clients
- Ne nécessite pas une trésorerie importante
- La wedding planner n'est responsable ni financièrement, ni contractuellement

Inconvénients

- Il est contraignant pour certains couples de devoir gérer par eux-mêmes, tous les contrats, toutes les factures et tous les paiements des prestataires

Les différents modes de facturation

Facturer la totalité du mariage

Dans ce cas, les futurs mariés nous versent l'intégralité du montant alloué au mariage et c'est à la wedding planner de sous-traiter les différentes prestations à des prestataires, en prenant en charge la facturation et le paiement.
Dans ce cas, il existe un contrat entre la wedding planner et les futurs mariés (clients) et la wedding planner et les prestataires (sous-traitants).

Avantages

- La wedding planner peut appliquer une marge commerciale sur chacune des prestations
- C'est un service premium qui permet de délester les clients d'une certaines charge de travail

Inconvénients

- Nécessite une importante trésorerie
- La wedding planner est responsable financièrement auprès des prestataires et contractuellement auprès des futurs mariés
- Augmente les chiffre d'affaires mais pas les bénéfices. Est donc incompatible avec certains statuts juridiques en raison de leurs seuils .

Les différents types d'honoraires

Le montant du forfait est fixé à la signature du contrat et reste inchangé, quel que soit le budget total du mariage (sauf bien sûr, si les mariés souhaitent ajouter une prestation non comprise dans le forfait).

Pour être rentable, il convient de bien calculer à l'avance le temps moyen passé sur chaque prestation.
Le forfait est le type d'honoraires le plus adapté aux marchés d'entrée et de milieu de gamme. On peut aussi opter pour le forfait lorsqu'on évolue sur le marché du haut de gamme, à condition de respecter le temps évalué.

Forfait
VS
Pourcentage

Les honoraires sont calculés sur le pourcentage global du mariage. Mais il est tout de même important d'évaluer le temps passé sur chaque prestation pour s'assurer de la rentabilité de ce mode de calcul.

Le pourcentage appliqué est généralement de 15% du budget du mariage et peu être dégressif à partir d'un certain montant, mais rarement en deçà de 8%.
D'ailleurs la wedding planner peut décider d'un montant minimum quel que soit le budget final.

Conseils pour assumer ses tarifs

1 Fais une liste de 25 bénéfices que tes services apportent à tes clients

2 Pense à ce à quoi tu as renoncé pour être à ton compte

3 Compare tes tarifs à tes dépenses plaisirs

4 Note tous les compliments qu'on te fait à propos de ton travail

wbf

Merci

Un grand merci d'avoir participé à ce workshop !
J'espère qu'il t'a été utile et que tu y vois à présent plus clair.

Si ce workshop t'a plu, n'hésite pas à déposer un avis sur notre page Google My Business.

Et rendez-vous sur notre site pro.weddingbyfabiola.fr pour plus de conseils pour booster ta wedding entreprise.

Suis-moi par ici

@weddingbyfabiola

Wedding by Fabiola - Tous droits réservés
Reproduction et cession interdite