YOUWE

ILLUSTRATIEF VOORBEELD

ASSESSMENTRAPPORT

Pricing intelligence assessment

Waar marge weglekt, welke gaten het zwaarst wegen en waar u begint

ILLUSTRATIEF

OPGESTELD VOOR

Valkhoven Technical Supply

Technische groothandel · webshop, verkoopteam en klantafspraken

Opgesteld door Youwe · Fictief bedrijf, bedoeld om de opzet van het rapport te laten zien

Managementsamenvatting

Valkhoven Technical Supply · Illustratieve scores, geen klantrapport

TOTALE VOLWASSENHEIDSSCORE	DOELNIVEAU	
38 / 100	62 / 100	-24 PUNTENVERSCHIL

Belangrijkste bevindingen

- **Prijzen zijn gebaseerd op kosten, niet op waarde**
  Vaste opslagen per productgroep laten ruimte liggen bij producten waarvoor klanten een hogere prijs zouden accepteren.
- **Concurrentie-informatie is de zwakste dimensie**
  28 van de 100: concurrentieprijzen worden alleen met de hand gecontroleerd als een klant bezwaar maakt.
- **Kortingen worden gegeven zonder ondergrens**
  Accountmanagers bepalen kortingen zelfstandig, waardoor de gerealiseerde prijzen bij vergelijkbare klanten sterk uiteenlopen.
- **Marge wordt eens per jaar beoordeeld**
  Zonder maandelijks inzicht per klant wordt margeverlies pas ontdekt als het al lang bezig is.

Belangrijkste gaten

- Geen zicht op de gerealiseerde prijs per order
- Concurrentieprijzen handmatig gecheckt
- Kortingen zonder goedkeuringsniveaus

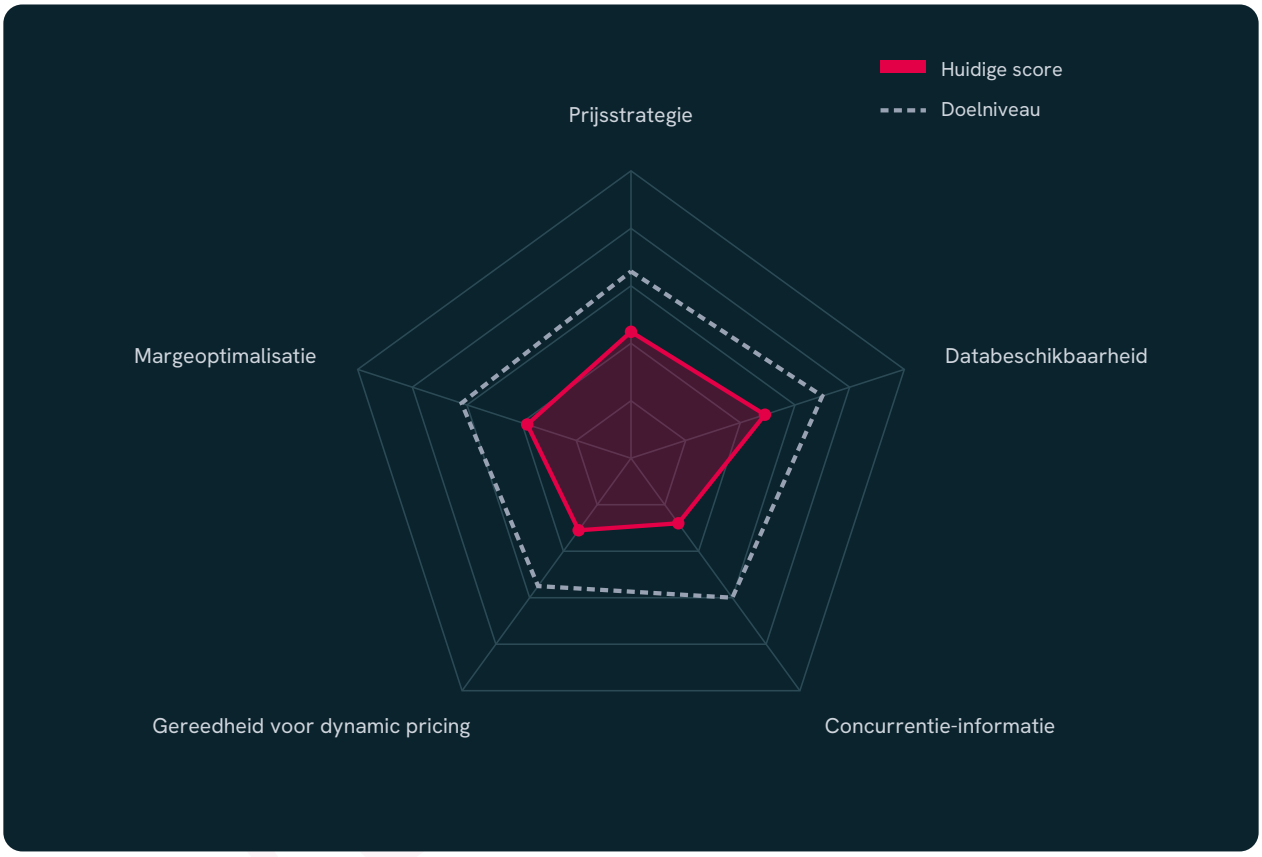
Prioritaire acties

- Eén overzicht van lijstprijs tot pocketprijs bouwen
- Geautomatiseerde productmatching starten
- Kortingsbandbreedtes en goedkeuringen instellen

ILLUSTRATIEF

Volwassenheid op vijf dimensies

Score van 0 tot 100 ten opzichte van een doelniveau · Illustratieve waarden



PRIJSSTRATEGIE	DATABESCHIKBAARHEID	CONCURRENTIE-INFORMATIE	GEREEDHEID VOOR DYNAMIC PRICING	MARGEOPTIMALISATIE
44 (doel 65)	**49** (doel 70)	**28** (doel 60)	**31** (doel 55)	**38** (doel 62)

Zo leest u deze radar

Elke dimensie krijgt een score van 0 tot 100. De rode vorm laat zien waar de prijsstelling nu staat, de stippellijn toont het doelniveau dat is afgesproken op basis van de ambitie van de organisatie. Hoe verder de twee lijnen uit elkaar liggen, hoe groter het gat. In een echt assessment komen de scores uit de intake, interviews met sales, pricing en finance en een analyse van prijs- en factuurdata.

Gaten achter elke score

Observatie en eerste aanbeveling per dimensie · Illustratief

Prijsstrategie

44 (doel 65)

Lijstprijzen volgen de kostprijs plus een vaste opslag per productgroep. Waarde, kanaal en klantsegment spelen geen expliciete rol in de prijs.
Aanbeveling: leg prijsprincipes vast per segment en kanaal, en spreek af welke producten op waarde worden geprijsd in plaats van op kosten.

Databeschikbaarheid

49 (doel 70)

Kostprijzen staan in het ERP, afspraken in spreadsheets en gerealiseerde prijzen in de factuurdata. Niemand ziet het volledige beeld per order.
Aanbeveling: breng lijstprijs, afgesproken kortingen, bonussen en gerealiseerde prijs per orderregel samen in één overzicht.

Concurrentie-informatie

28 (doel 60)

Het salesteam controleert concurrentieprijzen met de hand als een klant bezwaar maakt. Er is geen gestructureerd overzicht van waar het bedrijf boven of onder de markt zit.
Aanbeveling: start met geautomatiseerde productmatching tegen een beperkt aantal relevante concurrenten, voor de belangrijkste productgroepen.

Gereedheid voor dynamic pricing

31 (doel 55)

Prijswijzigingen worden in spreadsheets voorbereid en in batches geüpload, waardoor prijsverhogingen van leveranciers pas weken later in de prijslijst staan.
Aanbeveling: stel regels en vangrails op voor automatische updates binnen een pilotassortiment, met een menselijke goedkeuringsstap voor uitzonderingen.

Margeoptimalisatie

38 (doel 62)

Accountmanagers geven kortingen zonder duidelijke ondergrens. De marge per klant wordt pas aan het eind van het jaar bekeken.
Aanbeveling: voer kortingsbandbreedtes met goedkeuringsniveaus in en rapporteer elke maand de gerealiseerde marge per klant.

Gefaseerde roadmap

Drie fases · Illustratieve aanbevelingen

01

Eerste stappen

0 tot 3 maanden

- Eén overzicht van lijstprijs tot pocketprijs bouwen
- Kortingsbandbreedtes met goedkeuringsniveaus instellen
- Prijsprincipes per segment afspreken
- Gerealiseerde marge per klant rapporteren

02

Opbouwen

3 tot 12 maanden

- Geautomatiseerde productmatching starten
- Pilot met regelgebaseerde prijsupdates
- Vangrails voor onder- en bovengrenzen toevoegen
- Prijsdata koppelen aan het offerteproces

03

Opschalen

12 maanden en verder

- Matching uitbreiden naar meer productgroepen
- Dynamic pricing uitrollen met vangrails
- Prijzen per segment optimaliseren op waarde
- Volwassenheid opnieuw toetsen aan het doel

WAAROM DEZE VOLGORDE

Inzicht en grip op kortingen komen eerst, want prijzen automatiseren op onvolledige data herhaalt de lekken van nu alleen maar sneller.

Volgende stappen

Van het rapport naar een plan waar uw team mee aan de slag kan

01

Reviewsessie

We nemen de scores, gaten en roadmap door met uw team en spreken af welke lekken het zwaarst wegen.

02

Pricingworkshop

Sales, pricing en finance spreken prijsprincipes en kortingsbandbreedtes af, en bepalen wie uitzonderingen goedkeurt.

03

Plan voor de eerste fase

We vertalen de eerste fase van de roadmap naar een concreet plan met scope, volgorde en verantwoordelijken.

UW EIGEN ASSESSMENT

Wilt u dit inzicht in uw eigen prijsstelling?

Dit rapport is een illustratief voorbeeld. In uw eigen assessment scoren de pricingspecialisten van Youwe uw prijsstelling op dezelfde vijf dimensies en bespreken ze de resultaten met u.

Plan uw assessment

youweagency.nl/assessment/pricing-intelligence-volwassenheid

Bijlage · Scorekaart

Alle waarden zijn illustratief · Niet gebaseerd op een echt bedrijf

Dimensie	Score	Doel	Verschil	Signaal
Prijsstrategie	44	65	-21	Kostprijs-plus uit gewoonte
Databeschikbaarheid	49	70	-21	Verspreid over systemen
Concurrentie-informatie	28	60	-32	Incidentele checks
Gereedheid voor dynamic pricing	31	55	-24	Handmatige prijsupdates
Margeoptimalisatie	38	62	-24	Kortingen zonder sturing
Totaal (gemiddelde)	38	62	-24	

Over dit voorbeeld

Valkhoven Technical Supply is een fictief bedrijf, bedoeld om de opzet van een pricing intelligence assessment van Youwe te laten zien. Alle scores, doelniveaus, observaties en aanbevelingen zijn illustratief en beschrijven geen echte klant. Een echt assessment is gebaseerd op uw eigen intake, interviews met uw sales-, pricing- en financeteams en een analyse van uw prijs- en factuurdata.