

Packaging et Pricing d'une offre SaaS

Le packaging et le pricing sont deux des décisions les plus stratégiques pour un éditeur SaaS et parmi les plus souvent traitées trop tardivement ou trop intuitivement. Un mauvais packaging rallonge le cycle de vente et complexifie la décision d'achat. Un modèle de pricing déconnecté de la valeur créée freine la croissance.

Cette formation d'une journée vous donne les méthodes et les outils pour structurer votre offre, choisir votre stratégie de commercialisation, concevoir un packaging orienté conversion et définir un modèle de pricing aligné sur la valeur que vous créez réellement pour vos clients.

Concrète et directement applicable, elle alterne apports méthodologiques et exercices pratiques sur votre propre offre. Vous repartez avec des livrables utilisables immédiatement.

Durée: 7.00 heures (1.00 jours)

Avis clients : A chaud : 9,1/10 (16 votes), à froid : 6,5/10 (1 vote)

Profils des stagiaires

- PMM, Product Managers, Directeurs Offre/Marketing d'éditeurs de logiciels.

Prérequis

- Avoir une connaissance de base de son marché cible et de son positionnement

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les composantes d'une offre SaaS et leur logique de structuration
- Comprendre les modèles de packaging et les stratégies de commercialisation SaaS
- Connaître les fondamentaux du pricing SaaS basé sur la valeur
- Concevoir le packaging de son offre avec une logique d'upsell intégrée
- Diagnostiquer et améliorer son modèle de pricing actuel
- Construire une grille de prix validable et communicable

Contenu de la formation

- 1. Cadrage et introduction
 - Rappel des fondamentaux : le Marketing Mix adapté aux éditeurs de logiciels
 - Les spécificités d'une offre logicielle : intangible, innovante
 - Les composantes d'une offre SaaS : fonctionnalités, données, algorithmes, services métier, services d'accompagnement
 - La PUV comme fil conducteur de toute décision packaging/pricing
 - Tour de table : présentation des offres des participants et de leurs enjeux du moment
- 2. Les composantes d'une offre SaaS
 - Services de base : le cœur de métier, à l'origine du premier contact
 - Services de base dérivés : adresser d'autres segments avec la même technologie

Date de mise à jour du programme : 18/06/2026

- Services périphériques : se différencier, accompagner, fidéliser
- Comment présenter chaque composante en bénéfices (logiciel) et en méthodologie (services)
- Les contenus marketing de présentation de l'offre : auto-évaluation
- Exercice Pratique : Identifier les principales composantes de son offre qui matérialisent la PUV sur les axes fonctionnel, technique et accompagnement du changement. Les présenter en bénéfices et moyens pour le logiciel, en objectifs et étapes pour les services.
- 3. Sales Led vs Product Led : quel modèle pour mon marché ?
 - La stratégie Sales Led : offre modulaire, commerciaux experts, services d'intégration
 - La stratégie Product Led : offre packagée, autonomie client, self-service, in-app
 - Les changements nécessaires côté produit, offre, commerce et culture d'entreprise
 - Les avantages du PLG : scalabilité, récurrence, cycle de vente court, CAC réduit
 - Les comportements d'achat actuels et l'attente d'autonomie des acheteurs SaaS
- 4. Les mécaniques d'accès à l'offre
 - Freemium : quand l'utiliser, les conditions de marché, les barrières vers le payant, les risques
 - Période d'essai gratuite : durée optimale, accompagnement nécessaire, limites
 - POC payant : marchés innovants, périmètre, implication du client
 - Autres mécanisme d'accès à l'offre
 - Exercice pratique : Dans votre contexte, une réflexion sur votre stratégie de commercialisation et votre packaging s'impose-t-elle ? Dans quel objectif précis ? Comment le faire ?
- 5. Les principes du packaging orienté vente
 - Objectif du packaging : adapter l'offre aux segments, faciliter la décision, réduire le cycle de vente
 - Le packaging comme premier périmètre fonctionnel : valeur perçue forte, investissement moindre
 - La logique d'upsell intégrée dès la conception du packaging
 - Exemples concrets de packaging SaaS B2B (tiers Starter / Business / Enterprise, etc.)
 - Exercice Pratique : Dessiner le packaging de son offre : définir 2 à 3 tiers, leur contenu, leur cible segment et leur logique d'upsell. Présenter et challenger en sous-groupes.
- 6. Les fondamentaux du prix en SaaS
 - Évolution des business models : licence → abonnement → usage → résultat
 - Les 3 piliers du prix : valeur perçue, coûts, concurrence
 - Le prix comme matérialisation de la valeur, pas seulement un coût
 - Pricing SaaS vs On-Premise : partage du risque, récurrence, ROI mesurable
 - Le principe : des critères de prix proportionnels aux bénéfices créés (ROI client)
- 7. Choisir son modèle de pricing
 - Les critères de pricing en SaaS : utilisateurs, volume métier, usage, modules
 - Modèle fixe, modèle à l'usage, modèle hybride : avantages et limites de chacun
 - Métriques d'usage par type d'application : exemples CRM, SIRH, TMS, WMS, ERP, PIM...
 - Tranches de prix pour donner de la visibilité budgétaire au client
 - La fréquence d'abonnement en fonction du temps de perception de la valeur
 - L'onboarding : un service payant à part entière
 - Exemples détaillés : portail fournisseur mode (abonnement + usage), salle de formation virtuelle, mesure énergie industrielle
 - Exercice pratique : Émettre des remarques critiques sur le modèle de pricing actuel de son offre. Identifier 2-3 pistes d'amélioration pour être plus centré sur la valeur créée et réduire le risque perçu par la cible.
- 8. Synthèse et plan d'action

Date de mise à jour du programme : 18/06/2026

ROUTE TO BUSINESS

4 avenue AVENUE JOANNES HUBERT
69160 TASSIN-LA-DEMI-LUNE
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264



- Restitution des ateliers : chaque participant présente ses 3 décisions clés de la journée
- Les 5 erreurs classiques de packaging/pricing SaaS à éviter
- Ressources complémentaires recommandées

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Didier Fraisse

Formateur, responsable pédagogique Spécialiste en Stratégie et Business Model Editeurs et responsable technique

@ : didierfraissee@route2business.fr

Tel : 06 72 52 68 80

Anaïs Soragna

Responsable administratif / référent handicap

@ : anaissoragna@route2business.fr

Tel : 04.78.72.52.64

Moyens pédagogiques et techniques

- Exemples éditeurs de logiciels
- Exercices pratiques sur le cas des entreprises participantes
- animateurs ayant une forte expérience des éditeurs de logiciels
- Salle de formation équipée ou salle de visioconférence
- Support de formation en format numérique
- Accès à un LMS

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Questionnaire en amont de la formation
- Tour de table des stagiaires
- Exercices pratiques
- QCM de validation des acquis
- Questionnaire de satisfaction
- Certificat de réalisation

Accessibilité

Formation à distance ou en présentiel, en intra-entreprise.

Pour les formations en ligne, une bonne connexion internet est indispensable.

Pour tout besoin spécifique, merci de contacter notre référent handicap :

Anais Soragna : anaissoragna@route2business.fr / 0478725264

Delai d'accès à la formation

Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à avant le début de la formation.

Date de mise à jour du programme : 18/06/2026