

## THE VALUE OF A PARTS PRICING MATRIX

Most independent automotive repair shops struggle with how to mark up their parts purchases. **Many shops use a “double-the-cost” strategy.** For a majority of the parts they purchase, they simply double the price they paid and charge this to the customer. While this is a widely accepted practice in the automotive repair industry, it may actually hurt a shop’s gross profit margin (GPM) for part sales.

For a month’s worth of purchases, the double-the-cost pricing model usually yields an average of 30% to 35% GPM for parts. This is below the industry target GPM of 50% to 55 %, which is what a shop needs in order to be financially sound. Here’s an example. A part purchased for \$100 is sold for \$200. We doubled our cost and made \$100 for this part. This yields a 50% GPM. But, if we applied this across the board for all parts we would price ourselves out of business. So on higher cost items the GPM is usually around 20% to 30%. On items that cost \$1.00 and sell for \$2.00, our GPM is 50% again, or is it?

**When you buy a part, there is a hidden cost associated with that purchase.** The time it takes to look up, order and receive the part are actually costs that are unaccounted for. Take a \$1.00 part. Now, add in the time it takes to get that part into your hands. On average, that \$1.00 part costs you around \$4.00 to \$5.00, and over the course of a month you actually have lost a significant amount of profit. Remember, profit dollars are the dollars you can spend! It does not matter how much revenue you generate, but how much profit you end up with that determines if you’re doing well or ready to go bankrupt.

When a high-priced item is purchased, most shops will add \$100 to \$300 to stay competitive and be fair to their customer. While this will yield a fair percentage, the profit dollars are high. **Whether it’s an expensive part or a low-cost part, the same amount of work goes into ordering it, with about the same \$3.00 to \$5.00 dollars in hidden costs. So, adding \$100 to \$300 makes the transaction profitable.**

Under the double-the-cost model, a shop purchasing \$10,000 a month in part sales yields an average of \$3,000 to \$3,500 in GPM dollars. **How can you be sure you are maintaining your GPM on parts? The answer is a Parts Pricing Matrix. A Parts Pricing Matrix gives you the ability to charge correctly across the board and increase parts profit dollars, while staying competitive and fair.** Developing a proper matrix will yield an average of 50% to 55% GPM on part sales. The hard part is trying to do this in your head – that’s where the matrix comes in.

Average Monthly Part Sales in Dollars	Double-the-Cost Module GPD (at 35% GPM)	Pricing Matrix GPD (at 35% GPM)	Gross Profit Dollar Difference
\$4,000	\$1,400	\$2,000	\$600
\$8,000	\$2,800	\$4,000	\$1,200
\$12,000	\$4,200	\$6,000	\$1,800

This example clearly illustrates the value of a profitable, yet competitive matrix for pricing parts **It’s your money; don’t leave it under the hood.**

**STAFF INITIALS / INITIALES DU PERSONNEL**



## LA VALEUR D'UNE MATRICE DE PRIX POUR LES PIÈCES

La plupart des ateliers de réparation automobile indépendants ont de la difficulté avec la stratégie de profit pour leurs achats de pièces. **Plusieurs utilisent une stratégie "double le coût"**. Pour la majorité des pièces qu'ils achètent, ils doublent simplement le prix qu'ils ont payé et facturent ce montant au client. Bien que ce soit une pratique largement acceptée dans l'industrie de la réparation automobile, ceci peut effectivement nuire à la marge de profit brut (MPB) pour la vente de pièces.

Pour la valeur des achats d'un mois, le modèle de tarification "double-le-coût" donne habituellement une moyenne de 30% à 35% MPB pour les pièces. Ceci est en dessous de la cible MPB de l'industrie qui est de 50% à 55%, ce qu'un atelier a besoin pour être en bonne santé financière. Voici un exemple. Une pièce achetée pour 100 \$ est vendue pour 200 \$. Nous avons doublé nos coûts et fait 100 \$ pour cette pièce. On obtient ainsi une MPB de 50%. Par contre, si l'on appliquait cette stratégie pour toutes les pièces, nos prix ne seraient pas compétitifs. Donc, sur les produits à coût plus élevé, la MPB est généralement autour de 20% à 30%. Sur les articles qui coûtent \$ 1,00 et se vendent à 2,00 \$, notre MPB est de nouveau à 50% n'est ce pas?

**Lorsque vous achetez une pièce, il y a un coût caché relié à cet achat.** Le temps de recherche, commande et réception de la pièce sont des coûts qui sont difficiles à estimer. Prenez une pièce de 1,00\$. Maintenant ajoutez le temps nécessaire pour recevoir cette pièce. En moyenne, cette pièce coûte environ 4,00\$ à 5,00\$. Durant le mois, vous perdez donc un montant important de profit. Rappelez-vous que les dollars de profit sont les dollars que vous pouvez dépenser! Le revenu obtenu ne veut rien dire...c'est le profit en bout de ligne qui détermine si vous êtes dans le noir ou prêt à faire faillite.

Quand un article à prix élevé est acheté, la plupart des magasins seront ajouter 100\$ à 300\$ pour rester compétitif et être juste à leur client. Bien que cela donnera un bon pourcentage, les dollars de profits sont élevés. **Que ce soit une pièce dispendieuse ou une à faible coût, la commande implique le même montant de travail avec environ les mêmes coûts cachés. Donc, l'ajout de 100\$ à 300\$ rend la transaction profitable.**

Selon le modèle double-le-coût, un garage qui achète, 10,000\$ par mois en pièces atteint une moyenne de 3,000\$ à 3,500\$ en dollars de MPB. **Comment pouvez-vous être certain que vous maintenez votre MPB sur les pièces? La réponse est une matrice de prix. Celle-ci vous permettra une facturation avantageuse et une augmentation à votre marge de profit tout en demeurant compétitif, juste et rentable.** En développant une matrice appropriée, vous atteindrez une moyenne de 50% à 55% MPD pour vos ventes de pièces. La partie la plus difficile est d'essayer de le faire dans votre tête – c'est là que la matrice entre en jeu.

Moyenne mensuelle des ventes de pièces en \$	Stratégie double-le-coût DPB (avec MPB 35%)	Matrice de prix DPB (avec MPB 35%)	Différence en \$\$ de profit brut
\$4,000	\$1,400	\$2,000	\$600
\$8,000	\$2,800	\$4,000	\$1,200
\$12,000	\$4,200	\$6,000	\$1,800

Cet exemple illustre clairement la valeur d'une matrice rentable et compétitive pour fixer les prix. **C'est votre argent; ne le laissez pas sous le capot.**

STAFF INITIALS / INITIALES DU PERSONNEL