

Promotions, remises et tarifs

KWISATZ peut combiner un tarif standard, quatre tarifs supplémentaires, des promotions datées et horaires, des prix ou remises par quantité, des tarifs spéciaux client/article, des remises croisées et des remises manuelles. La fiabilité du résultat dépend surtout des règles de priorité et d'exclusion.

Fiche : TARIFS-001 **Modules :** Produits / Clients / Vente directe

Public : administrateur catalogue ou responsable commercial **Risque :** élevé

Catégorie : Articles, tarifs et nomenclatures **Mise à jour :** 6 août 2026

Réponse directe

Configurez d'abord le tarif standard dans la fiche article. Dans **Tarif supp**, définissez les tarifs 1 à 4 et la promotion ; dans **Tarif par quantité**, renseignez les tranches ; dans **Tarifs spéciaux**, créez les prix propres aux clients. Les remises automatiques client/article se configurent dans **Outils > Remises croisées**. Terminez par les règles d'application dans **Outils > Préférences > Divers**.

Ne déployez jamais plusieurs mécanismes tarifaires simultanément sans matrice de tests. Une promotion, un tarif client, une remise et un prix par quantité peuvent produire un résultat inattendu si leurs priorités et exclusions ne sont pas définies.

Conseil technicien général

Conseil technicien — Avant toute modification, créez une sauvegarde exploitable, relevez les réglages existants et testez sur un dossier ou une caisse de recette. Modifiez un seul réglage à la fois, consignez le résultat et faites valider les changements sensibles par un technicien KWISATZ.

Sommaire

1. Repères de version

2. **Protection des données**
3. **Distinguer les mécanismes**
4. **Configurer le tarif standard**
5. **Configurer les tarifs supplémentaires 1 à 4**
6. **Configurer les promotions**
7. **Configurer les tarifs par quantité**
8. **Tarifs par blocs — branche 3.57**
9. **Tarifs spéciaux client/article**
10. **Configurer les remises croisées**
11. **Remises et rabais manuels**
12. **Offerts et marquage promotionnel**
13. **Définir les règles de priorité**
14. **Contrôler les marges**
15. **Promotions, remises et fidélité**
16. **Documents commerciaux et date de valeur**
17. **Retours et corrections**
18. **Balances, étiquettes et prix affichés**
19. **E-commerce et export des promotions**
20. **Multi-sites interfaces de communication multi-sites**
21. **Imports et mises à jour en série**
22. **Autorisations et gouvernance**
23. **Recette avant mise en production**
24. **Diagnostic rapide**
25. **Actions à éviter**
26. **Liste de contrôle**
27. **Évolutions KWISATZ documentées**
28. **Sources documentaires**

1. Repères de version

Les références de version ci-dessous sont conservées comme repères documentaires. Les menus, options et comportements doivent être contrôlés sur la version et la sérialisation réellement installées ; une évolution plus récente peut avoir modifié le fonctionnement.

2. Protection des données

Protection des données — Limitez les données exportées au strict nécessaire, protégez les fichiers et restreignez les accès. Supprimez les copies devenues inutiles, respectez les oppositions et désabonnements, et n'imprimez pas de données sensibles sans nécessité opérationnelle. Une carte, un code-barres ou un identifiant visible ne constitue pas à lui seul une preuve d'identité forte.

3. Distinguer les mécanismes

Mécanisme	Portée	Exemple
Tarif standard	Prix principal de l'article.	Prix public normal.
Tarifs 1 à 4	Niveaux généraux affectés à un client, un centre ou sélectionnés en caisse.	Grossiste, personnel, revendeur, location.
Promotion	Prix temporaire d'un article, valable entre deux dates et éventuellement entre deux heures.	Promotion hebdomadaire ou vente flash.
Tarif par quantité	Prix ou remise dépendant de la quantité totale vendue.	2,50 € l'unité à partir de 10.
Tarif par blocs	Décompose une quantité en packs entiers au moment du Total.	1,50 € l'unité, 3 pour 3,75 €, 15 pour 15 €.
Tarif spécial client/article	Prix propre à un client pour un article précis.	Contrat négocié.
Remise croisée	Taux déterminé par le couple type de remise client/article.	Client catégorie 6 + article catégorie 3 = 25 %.
Remise de pied	Pourcentage appliqué au total HT d'un document client.	Remise contractuelle globale de 5 %.
Remise manuelle	Taux ou montant saisi par le vendeur sur une ligne ou le ticket.	Geste commercial ponctuel.
Offert	Force une ligne ou le ticket à zéro avec une qualification spécifique.	Offert client ou offert employé.
Article promo — fonction 014	Marque manuellement une ligne comme promotionnelle.	Signalétique PROMO sans modifier automatiquement le tarif.

La fonction 014 marque une ligne « Promo », mais elle ne remplace pas la promotion tarifaire datée de la fiche produit.

Conseil technicien — Sauvegardez, relevez les réglages existants et testez cette modification sur un dossier ou une caisse de recette. Ne changez qu'un paramètre à la fois et faites valider les réglages sensibles par un technicien KWISATZ.

4. Configurer le tarif standard

Le tarif standard se trouve dans l'onglet **Tarif standard** — **F3** de la fiche produit.

Zones essentielles

- prix d'achat HT brut ;
- remise d'achat ;
- prix d'achat HT net ;
- frais montant et pourcentage ;
- prix de revient ;
- verrou PR/PV ;
- saisie HT ou TTC ;
- prix de vente HT et TTC ;
- code TVA ;
- type de remise article ;
- taux de marque, marge et coefficient multiplicateur ;
- type d'arrondi.

Verrou PR/PV

Lorsque le verrou est actif, une variation du prix de revient recalcule le prix de vente afin de conserver le coefficient. Les imports récents peuvent aussi empêcher séparément une baisse ou une hausse du prix de vente malgré une variation du prix d'achat.

Une mise à jour fournisseur peut donc modifier le prix public. Testez les imports et réceptions lorsque Verrou PR/PV est actif.

Le prix standard reste la base de comparaison de nombreux mécanismes : promotions, tarifs liés, prix par quantité, marges, unités et étiquettes.

Conseil technicien — Sauvegardez avant le traitement, conservez les paramètres et le fichier source, puis testez un échantillon sur un dossier de recette. Contrôlez les résultats avant de traiter l'ensemble.

5. Configurer les tarifs supplémentaires 1 à 4

Dans l'onglet **Tarif supp** — **F4**, les lignes 01 à 04 correspondent aux tarifs 1 à 4.

Types de lien

Type	Calcul
Inactif	Ce niveau ne doit pas être appliqué à l'article.
Libre	Prix saisi indépendamment des autres données.
PV × coefficient	Prix lié au tarif standard.
PA brut × coefficient	Prix lié au prix d'achat brut.
PA net × coefficient	Prix lié au prix d'achat net.
PRHT × coefficient	Prix lié au prix de revient HT.

Les prix HT ou TTC sont recalculés selon le mode de saisie du produit. Les contraintes d'arrondi du tarif standard restent applicables.

Affectation au client

Dans la fiche client, onglet **Tarif**, la zone **Code tarif** accepte les valeurs 0 à 4. Toutes les ventes du client utilisent alors ce niveau par défaut.

Affectation au centre

Dans le centre d'encaissement :

- **Code tarif par défaut** définit le niveau initial ;

- Appliquer ce tarif aux clients sans tarif remplace le tarif 0 du client par le tarif du centre.

Fonctions de caisse

Fonction	Action
004	Tarif standard.
005	Tarif 1.
006	Tarif 2.
007	Tarif 3.
008	Tarif 4.
009	Affiche la liste des tarifs.

Le paramètre **>** sur les fonctions 004 à 009 force le retour au tarif standard après la prochaine vente.

Si un tarif est Inactif, KWISATZ revient au tarif standard. Une préférence permet de masquer l'avertissement, mais elle peut rendre les erreurs de paramétrage moins visibles.

N'utilisez pas un tarif supplémentaire pour modifier la TVA sans validation comptable. Une préférence permet de forcer un code TVA distinct par niveau, ce qui change le traitement fiscal.

Conseil technicien — Sauvegardez, relevez les réglages existants et testez cette modification sur un dossier ou une caisse de recette. Ne changez qu'un paramètre à la fois et faites valider les réglages sensibles par un technicien KWISATZ.

6. Configurer les promotions

La ligne **Promotion** de l'onglet Tarif supp utilise les mêmes types de lien que les tarifs 1 à 4.

Conditions obligatoires

- Valable du ;
- Valable au ;

- prix ou coefficient promotionnel ;
- dates dans le bon ordre.

Sans date de début et de fin, la promotion n'est pas appliquée.

Promotions flash

Les zones **entre** et **et** limitent la promotion à une tranche horaire. Cette fonction permet les happy hours ou promotions flash en cours de journée.

Prix de revient promotionnel

La case **Forcer le PRHT** à mémorise un prix de revient spécifique pour les ventes réalisées pendant la promotion. Elle doit être utilisée lorsque l'analyse de marge doit tenir compte d'une participation fournisseur ou d'un coût promotionnel réel.

Saisie en série

Accès : **Produits > Gestion des tarifs > Saisie des promotions**. Cette fenêtre permet de filtrer les articles, saisir ou affecter les valeurs à plusieurs produits et remettre les promotions à zéro.

Une remise à zéro en série est irréversible pour les valeurs sélectionnées. Effectuez une sauvegarde et exportez la liste des promotions avant traitement.

Contrôles

- la date de fin ne peut pas précéder la date de début ;
- le taux de marque négatif doit déclencher une alerte ;
- le prix promotionnel à zéro peut être interdit par préférence ;
- la promotion est normalement ignorée si elle est moins avantageuse que le prix courant ;
- une préférence peut néanmoins forcer son application même si elle est supérieure.

La règle « Appliquer même si supérieur au prix courant » est utile dans certains contrats ou changements planifiés, mais elle peut augmenter le prix pendant une période appelée « promotion ».

Conseil technicien — Sauvegardez avant le traitement, conservez les paramètres et le fichier source, puis testez un échantillon sur un dossier de recette. Contrôlez les résultats avant de traiter l'ensemble.

7. Configurer les tarifs par quantité

L'onglet **Tarif par quantité** — F5 propose jusqu'à dix plages de quantités.

Zone	Fonction
De / À	Bornes minimale et maximale de la tranche.
PU.HT / PU.TTC	Prix unitaire appliqué dans la tranche.
Tableau de remises	Remplace le prix par un taux de remise dans chaque tranche.
Verrouillé sur le tarif standard	Recalcule les tranches proportionnellement lorsque le prix standard change.

Exemple de tranches

Quantité	Prix unitaire
1 à 5	10,00 €
6 à 11	9,50 €
12 et plus	9,00 €

Lignes scannées séparément

Pour que plusieurs appels séparés atteignent une tranche, configurez **Centraliser les lignes identiques** dans le centre :

- Jamais ;
- Lors de la totalisation ;
- À chaque vente.

Le choix **À chaque vente** permet d'appliquer en temps réel le tarif ou la remise par quantité même lorsque les articles sont scannés l'un après l'autre.

Tickets sans client

La préférence **Tarif par quantité — Désactiver sur les tickets sans client** réserve le mécanisme aux tickets identifiés.

Prix supérieur

Par défaut, le tarif par quantité n'est utilisé que s'il est plus avantageux que le prix courant. Une préférence peut forcer son application même s'il est supérieur.

Après une modification manuelle de quantité qui fait sortir la ligne d'une tranche, KWISATZ doit rétablir le prix d'origine. Utilisez une version récente.

Conseil technicien — Sauvegardez, relevez les réglages existants et testez cette modification sur un dossier ou une caisse de recette. Ne changez qu'un paramètre à la fois et faites valider les réglages sensibles par un technicien KWISATZ.

8. Tarifs par blocs — branche 3.57

Depuis le développement de février 2026, un tarif par quantité peut fonctionner en **blocs** plutôt qu'en tranches, lorsque les bornes minimales et maximales sont entières et égales.

Exemple

- article isolé : 1,50 € ;
- bloc de 3 : 1,25 € par unité, soit 3,75 € ;
- bloc de 15 : 1,00 € par unité, soit 15,00 €.

```
Quantité 40
= 2 blocs de 15
+ 3 blocs de 3
+ 1 unité isolée
```

KWISATZ centralise les lignes selon le centre, puis effectue la décomposition au moment de la touche **Total**.

Activation implicite documentée

- bornes minimales et maximales strictement entières ;
- bornes égales dans chaque ligne de bloc ;

- prix unitaire renseigné pour chaque bloc ;
- traitement au Total.

Ce comportement récent doit être testé sur la version exacte installée. Une configuration destinée à des tranches classiques peut être interprétée comme des blocs si les bornes sont égales.

9. Tarifs spéciaux client/article

Dans l'onglet **Tarifs spéciaux** — **F6** de la fiche produit, créez un prix propre à un client.

Zones

- code client ;
- prix standard affiché pour comparaison ;
- prix HT ou TTC spécifique ;
- prix TTC consommateur final, selon le contexte ;
- suppression ou modification de la ligne.

Lors d'une vente à ce client, le prix spécial du couple client/article est utilisé conformément aux règles de priorité.

Prix supérieur au courant

Une préférence permet d'appliquer le tarif spécial même s'il est supérieur au prix courant. Sinon, seul le prix le plus avantageux est normalement retenu.

Les modifications de tarifs spéciaux doivent être correctement marquées pour les échanges interfaces de communication multi-sites. Sur les anciennes versions, certaines modifications quittées par Échap n'étaient pas retransmises.

Ne créez pas un tarif spécial si le besoin concerne toute une catégorie de clients. Utilisez plutôt les tarifs 1 à 4 ou les remises croisées.

Conseil technicien — Sauvegardez et relevez les chemins, droits, identifiants techniques et fréquences existants. Testez les échanges sur un périmètre limité et faites valider les changements d'interface par un technicien KWISATZ.

10. Configurer les remises croisées

Accès : **Outils > Remises croisées.**

Le tableau croise :

- le **Type remise client**, compris entre 0 et 99 ;

La matrice contient les types clients en lignes et les types articles en colonnes. Le taux saisi à l'intersection s'applique automatiquement.

Exemple

```
Client : Type remise 6  
Article : Type remise 3  
Matrice [6,3] = 25 %  
→ Remise automatique de 25 %
```

Sélection tardive du client

La préférence **Ticket avec sélection client tardive — Appliquer remises sur articles déjà saisis** recalcule les lignes présentes lorsque le client est ajouté en cours de ticket.

Sans cette préférence, les articles scannés avant le client peuvent conserver leur prix initial alors que les articles suivants bénéficient de la remise croisée.

Conseil technicien — Sauvegardez, relevez les réglages existants et testez cette modification sur un dossier ou une caisse de recette. Ne changez qu'un paramètre à la fois et faites valider les réglages sensibles par un technicien KWISATZ.

11. Remises et rabais manuels

Fonction	Action	Paramètres utiles
020	Remise fixe 1.	-TX pour le taux ; -RHCDV selon le dépôt/vente.
021	Remise fixe 2.	Mêmes principes.
022	Remise fixe 3.	Mêmes principes.
023	Remise saisie en pourcentage.	-ARRSUP , -ARRINF , -RHCDV .
024	Rabais saisi en montant.	Montant saisi avant l'appui.

Les fonctions s'appliquent à la prochaine vente ou à la ligne sélectionnée. Après le Total, une remise peut concerner l'ensemble du ticket.

Ticket déjà remisé

Sur les versions récentes, la fonction 023 peut proposer :

- appliquer uniquement aux lignes non remisées ;
- écraser les remises existantes ;
- ajouter la nouvelle remise aux remises existantes.

Plafond

La préférence **Maximum — Saisie remise** limite le pourcentage saisissable.

Article protégé

La case **Remise interdite** dans **Infos caisse** empêche l'application d'une remise manuelle sur le produit.

Ne laissez pas tous les vendeurs saisir des remises. Combinez autorisations vendeurs, plafond, protection de l'article et contrôle de marge.

Conseil technicien — Sauvegardez, relevez les réglages existants et testez cette modification sur un dossier ou une caisse de recette. Ne changez qu'un paramètre à la fois et faites valider les réglages sensibles par un technicien KWISATZ.

12. Offerts et marquage promotionnel

Fonctions Offert

Fonction	Utilisation
010 – Article Offert 1	Offert de type 1, par exemple client.
011 – Article Offert 2	Offert de type 2, par exemple employé.

Ces fonctions peuvent :

- offrir le prochain produit ;
- basculer la ligne sélectionnée ;
- basculer tout le ticket après la totalisation.

Libellés

Les textes Offert 1, Offert 2 et Promo peuvent être personnalisés dans les préférences, onglet des libellés.

Fonction 014

014 – Article promo marque la prochaine vente ou la ligne sélectionnée avec le texte promotionnel.

Un article offert doit être qualifié comme offert et non rester flagué promotion. Les versions récentes corrigent plusieurs cas de cumul de statuts promo/offert.

Un offert n'est pas une remise de 100 % à utiliser indistinctement. Les statistiques, fidélité, commissions et autorisations peuvent différer.

Conseil technicien — Sauvegardez, relevez les réglages existants et testez cette modification sur un dossier ou une caisse de recette. Ne changez qu'un paramètre à la fois et faites valider les réglages sensibles par un technicien KWISATZ.

13. Définir les règles de priorité

Accès : Outils > Préférences > Divers > Règles d'application des tarifs de vente.

Tarifs 1 à 4 contre promotions

Pour chaque tarif 1 à 4, l'option **Appliquer sans tenir compte des promotions en cours** permet au tarif choisi de rester prioritaire.

Promotion contre prix courant

- Promos — Ne pas appliquer sur prix = 0 ;
- Promos — Appliquer même si > au prix courant.

Tarif par quantité

- Appliquer même si > au prix courant ;
- Désactiver sur les tickets sans client.

Tarifs spéciaux

Appliquer même si > au prix courant force le contrat client même lorsqu'il est moins avantageux.

Remises

- Ne pas appliquer en cas de promotion ;
- Ne pas appliquer sur tarif par quantité.

Opérations spéciales

Désactiver si promotion en cours exclut les articles promotionnels des avantages calculés par les opérations spéciales.

Client sélectionné en cours de ticket

- recalculer les remises sur les lignes existantes ;
- recalculer les tarifs supplémentaires et promotions ;
- recalculer les tarifs spéciaux.

Documentez ces choix dans une matrice de priorité. Deux magasins utilisant des préférences différentes peuvent vendre le même article au même client à des prix distincts.

14. Contrôler les marges

Dans les préférences de vente :

- **Marge — Avertir si % inférieur à la valeur minimale ;**
- **Marge — Valeur minimale ;**
- calcul basé sur le PRHT actuel, le PRHT moyen ou le CMUP.

Le contrôle doit s'exécuter lors d'une modification de prix, de remise et de quantité, car un tarif par quantité peut apparaître uniquement après changement de quantité.

Contrôles promotionnels

- afficher le prix standard pour comparaison ;
- calculer le taux de marque ;
- avertir si la marge devient négative ;
- utiliser le PRHT promotionnel si la participation fournisseur le justifie.

Une alerte de marge n'est pas toujours un blocage. Définissez qui peut valider une vente sous le seuil.

Ne forcez pas le PRHT promotionnel à zéro uniquement pour masquer une marge négative. La valeur doit correspondre à un coût réel et documenté.

15. Promotions, remises et fidélité

Les préférences de fidélité peuvent exclure :

- les articles remisés ;
- les articles offerts ;
- les ventes en tarifs 1 à 4 ;
- les ventes en promotion ;
- les ventes en tarif par quantité ;
- les ventes en tarif spécial.

Ces choix existent pour les factures clients et la vente directe selon le paramétrage.

Plateformes externes

Les ventes promotionnelles ou remisées peuvent être marquées lors de l'export vers une plateforme de fidélité. La plateforme doit ensuite appliquer elle-même la règle d'exclusion.

Vérifiez également les retours. Si une vente promotionnelle est exclue de la fidélité, son retour ne doit pas décrémenter un avantage qui n'avait jamais été accordé.

Conseil technicien — Sauvegardez avant le traitement, conservez les paramètres et le fichier source, puis testez un échantillon sur un dossier de recette. Contrôlez les résultats avant de traiter l'ensemble.

16. Documents commerciaux et date de valeur

Les tarifs et promotions peuvent être appliqués dans les devis, commandes, livraisons et factures selon les règles du module.

Date du document

Les promotions d'un document valorisé doivent être testées par rapport à la date du document, et non simplement à la date du jour.

Remise client de pied

Dans la fiche client, la zone % **remise** applique une remise au montant total HT du document.

Escompte

Le pourcentage d'escompte client s'applique au total HT déjà remisé. Il ne doit pas être confondu avec une remise commerciale.

Lors d'une transformation de document, contrôlez que le prix, la remise, la promotion et leur origine sont conservés ou recalculés conformément à la procédure.

17. Retours et corrections

Un retour doit reprendre le prix réellement pratiqué sur la vente d'origine, y compris lorsqu'il provenait :

- d'une promotion ;
- d'un tarif supplémentaire ;

- d'un tarif spécial ;
- d'un tarif ou d'une remise par quantité ;
- d'une remise manuelle ;
- d'un offert.

Retour en quantité

Les versions récentes centralisent aussi les lignes de retour afin de permettre l'application cohérente des règles par quantité.

Ne remboursez pas au tarif standard un article vendu en promotion sans vérifier le ticket d'origine. Cela peut rembourser plus que le montant payé.

Les retours doivent aussi respecter les règles de fidélité, de bonus, de marge et de commission associées à la vente d'origine.

18. Balances, étiquettes et prix affichés

Les interfaces de balances peuvent recevoir :

- le prix standard ou promotionnel ;
- les deux premières tranches de tarif par quantité pour certains formats ;
- la case Remise interdite ;
- les dates promotionnelles selon l'interface.

Tickets provenant de balances

Selon le paramétrage, KWISATZ peut :

- recalculer les tarifs selon le centre et le client ;
- détecter seulement le statut promotion/remise tout en conservant les prix transmis par la balance.

Choisissez une seule source de vérité tarifaire. Si la balance et KWISATZ recalculent indépendamment, le prix affiché sur l'étiquette peut différer du prix encaissé.

Conseil technicien — Relevez le modèle, le raccordement et les réglages actuels. Testez le périphérique sur une caisse de recette, un changement à la fois, puis faites valider le retour en production.

19. E-commerce et export des promotions

Les interfaces e-commerce permettent de choisir :

- le numéro de tarif exporté : 0 à 4 ;
- la transmission des promotions ;
- le prix et la période promotionnels ;
- pour certaines plateformes, une promotion transmise sous forme de prix ou de pourcentage de remise.

Vérifiez le fuseau horaire, les dates inclusives, les arrondis et la synchronisation de fin de promotion.

Une promotion terminée dans KWISATZ peut rester active en ligne si la mise à jour de fin n'est pas transmise ou si la plateforme applique son propre cache.

Conseil technicien — Sauvegardez avant le traitement, conservez les paramètres et le fichier source, puis testez un échantillon sur un dossier de recette. Contrôlez les résultats avant de traiter l'ensemble.

20. Multi-sites interfaces de communication multi-sites

Les articles modifiés doivent être retransmis aux magasins lorsqu'un tarif, une promotion, un bonus ou un tarif spécial change.

Points de contrôle

- date et heure de dernière actualisation ;
- filtre produit de la connexion ;
- tarifs 1 à 4 ;
- promotion et horaires ;
- prix de revient promotionnel ;
- tarifs par quantité ;
- tarifs spéciaux clients ;

- indicateur d'actualisation du produit.

Une promotion flash exige que tous les magasins aient reçu la mise à jour avant l'heure de début.

Ne lancez pas une promotion nationale sans contrôler les versions, les horloges Windows et les derniers échanges de chaque caisse.

Conseil technicien — Sauvegardez et relevez les chemins, droits, identifiants techniques et fréquences existants. Testez les échanges sur un périmètre limité et faites valider les changements d'interface par un technicien KWISATZ.

21. Imports et mises à jour en série

Les imports peuvent modifier :

- PVHT et PVTTC ;
- tarifs 1 à 4 ;
- prix et période promotionnels ;
- PRHT promotionnel ;
- bonus ;
- remise interdite ;
- coefficients et types de lien.

Protection des prix

Les versions récentes permettent :

- d'ignorer les prix de vente contenus dans l'import ;
- de verrouiller le prix de vente lors d'une baisse du prix d'achat ;
- de sauvegarder les anciens prix avant mise à jour.

Une option « Ignorer les prix de vente » ne suffit pas toujours si Verrou PR/PV recalcule le prix à partir du prix d'achat importé.

Procédure

1. Sauvegarder le dossier.

2. Importer un échantillon.
3. Comparer ancien et nouveau prix.
4. Contrôler la promotion HT et TTC.
5. Contrôler les dates et horaires.
6. Contrôler le PRHT promotionnel.
7. Tester la caisse et les interfaces.
8. Importer le solde uniquement après validation.

Conseil technicien — Sauvegardez avant le traitement, conservez les paramètres et le fichier source, puis testez un échantillon sur un dossier de recette. Contrôlez les résultats avant de traiter l'ensemble.

22. Autorisations et gouvernance

Vendeurs

Limitez les fonctions suivantes :

- remises fixes ;
- remise saisie ;
- rabais montant ;
- saisie et modification de prix ;
- offert 1 et offert 2 ;
- changement de tarif ;
- retours et annulations.

Catalogue

- un responsable valide les dates et prix ;
- un deuxième contrôle est effectué sur les promotions importantes ;
- les traitements en série sont journalisés ;
- les listes avant/après sont archivées ;
- les magasins reçoivent un calendrier tarifaire ;
- les promotions expirées sont revues régulièrement.

Ne partagez pas un profil superviseur pour permettre les remises. Utilisez des vendeurs nominatifs et examinez les statistiques de remises et offerts.

23. Recette avant mise en production

1. Créer un article avec tarif standard.
2. Configurer les tarifs 1 à 4, dont un Inactif.
3. Affecter un tarif à un client.
4. Configurer un tarif par défaut de centre.
5. Tester les fonctions 004 à 009.
6. Créer une promotion datée.
7. Créer une promotion flash horaire.
8. Tester un prix promotionnel égal à zéro.
9. Tester une promotion supérieure au prix courant.
10. Créer trois tranches de quantité.
11. Tester des scans séparés avec chaque mode de centralisation.
12. Tester le mécanisme de blocs sur une version 3.57 compatible.
13. Créer un tarif spécial client/article.
14. Créer une remise croisée.
15. Sélectionner le client avant puis après les articles.
16. Tester les fonctions 020 à 024.
17. Tester le plafond de remise.
18. Tester Remise interdite.
19. Tester Offert 1, Offert 2 et Article promo.
20. Tester promo plus remise avec les deux réglages.
21. Tester la marge minimale.
22. Tester la fidélité et un retour.
23. Tester les documents commerciaux.
24. Tester l'export balance et e-commerce.
25. Tester la diffusion interfaces de communication multi-sites.

La politique tarifaire est validée lorsque le même scénario produit le prix attendu sur chaque caisse, document et interface, que les vendeurs non autorisés sont bloqués et que marge, fidélité, retours et statistiques restent cohérents.

Conseil technicien — Sauvegardez avant le traitement, conservez les paramètres et le fichier source, puis testez un échantillon sur un dossier de recette. Contrôlez les résultats avant de traiter l'ensemble.

24. Diagnostic rapide

Le tarif client ne s'applique pas

Vérifiez le Code tarif dans la fiche client, l'état Inactif du niveau dans la fiche produit, le tarif actif de la caisse et l'ordre de sélection du client.

Le centre applique toujours le tarif standard

Vérifiez Code tarif par défaut et Appliquer ce tarif aux clients sans tarif. Un client ayant un code tarif explicite peut rester prioritaire.

Le tarif ne revient pas au standard après un article

Ajoutez le paramètre  à la fonction de changement de tarif. Sans ce paramètre, le niveau reste actif pour les ventes suivantes.

La promotion ne démarre pas

Vérifiez les dates obligatoires, les heures, le type de lien, le prix, l'horloge du poste et la diffusion de la fiche aux caisses.

La promotion s'arrête trop tôt ou trop tard

Contrôlez les dates inclusives, les horaires, les paramètres régionaux et l'heure Windows de chaque poste.

Une promotion plus chère est ignorée

C'est le comportement normal si elle n'est pas plus avantageuse. Activez Promos — Appliquer même si > au prix courant uniquement si cette hausse temporaire est volontaire.

Un prix promo à zéro offre l'article

Activez Promos — Ne pas appliquer sur prix = 0 si les promotions ne doivent jamais servir à offrir.

Le tarif par quantité ne se déclenche pas

Vérifiez les bornes, le prix ou taux, la quantité totale, la centralisation des lignes et l'option de désactivation sur les tickets sans client.

Le tarif par quantité se déclenche seulement au Total

Le centre centralise probablement Lors de la totalisation. Choisissez À chaque vente pour un recalcul en temps réel, sauf si vous utilisez le mode par blocs qui s'exécute au Total.

La quantité est découpée en plusieurs lignes au Total

La configuration est probablement interprétée comme un tarif par blocs : bornes entières, minimales et maximales égales. Vérifiez la version 3.57 et la structure des tranches.

La remise client ne s'applique qu'aux derniers articles

Activez les options de recalcul lors d'une sélection client tardive : remises, tarifs supplémentaires/promos et tarifs spéciaux.

La remise croisée est incorrecte

Contrôlez le Type remise du client, celui de l'article et la cellule correspondante dans la matrice 99 × 99.

Une remise s'ajoute à la promotion

Vérifiez Remises — Ne pas appliquer en cas de promotion, Remise interdite sur l'article et le choix d'ajout/écrasement proposé par la fonction 023.

Une remise s'applique malgré Remise interdite

Identifiez son origine : remise manuelle, remise croisée, tarif par quantité en mode tableau de remises, remise de pied client ou import balance. Testez sur une version récente.

Le plafond de remise est ignoré

Vérifiez Maximum — Saisie remise, les autorisations du vendeur et le type de fonction utilisé. Une remise automatique ne suit pas nécessairement le même plafond qu'une remise saisie.

La marge devient négative sans avertissement

Activez l'avertissement de marge, définissez la valeur minimale et contrôlez la base de coût : PRHT, PRHT moyen ou CMUP.

Le prix promo HT et TTC ne correspondent pas

Utilisez une version récente et quittez la zone de saisie avant validation afin de déclencher le recalcul. Contrôlez le code TVA et le mode Saisie TTC.

Le prix de revient promo fausse la marge

Vérifiez Forcer le PRHT à et la valeur importée. Cette zone ne doit être renseignée que si un coût promotionnel réel existe.

La fidélité est accordée sur une promotion exclue

Contrôlez les exclusions dans Vente directe et Factures clients, puis les règles de la plateforme externe.

Le retour retire des points qui n'avaient pas été accordés

Vérifiez la version et le statut promotionnel de la vente d'origine. Les anciennes versions comportaient des anomalies sur les retours promos exclus.

Le prix en caisse diffère de la balance

Déterminez si KWISATZ doit recalculer les règles tarifaires ou conserver le prix lu dans le ticket balance. Contrôlez aussi les promotions transmises à la balance.

Le site Web conserve une ancienne promotion

Vérifiez l'export de fin, les dates, le cache de la plateforme, le choix prix ou remise et le journal MCOMM.

Un magasin n'a pas reçu la promotion

Contrôlez l'indicateur d'actualisation, le filtre interface de communication du back-office, la dernière communication, la version et l'heure du interface de communication de la caisse.

L'import modifie les prix malgré Ignorer les prix de vente

Vérifiez Verrou PR/PV : une variation du prix d'achat peut recalculer le prix de vente même si les colonnes PV sont ignorées.

25. Actions à éviter

- cumuler plusieurs mécanismes sans tests de priorité ;
- laisser une promotion sans dates ;
- forcer une promotion supérieure sans justification ;
- utiliser une remise de 100 % à la place d'un offert ;
- donner les remises libres à tous les vendeurs ;
- masquer les tarifs inactifs avant d'avoir corrigé les fiches ;
- utiliser un PRHT promo fictif ;
- modifier des centaines de promotions sans sauvegarde ;
- déployer une promotion flash sans vérifier les horloges ;
- importer des prix sans tester Verrou PR/PV ;
- rembourser au tarif standard une vente promotionnelle ;
- laisser balance, caisse et e-commerce calculer chacun leur prix.

26. Liste de contrôle

- Le tarif standard et la marge sont validés.
- Les tarifs 1 à 4 ont un statut explicite.
- Les clients utilisent le bon code tarif.
- Le tarif par défaut du centre est connu.
- Les promotions ont des dates et heures cohérentes.
- Le PRHT promo est justifié.
- Les tranches de quantité ne se chevauchent pas.
- Le mode par blocs est volontaire.
- Les tarifs spéciaux sont réservés aux contrats individuels.
- Les types de remise client/article sont documentés.
- La matrice des remises croisées est relue.
- Le plafond et les droits vendeurs sont configurés.
- Les articles sensibles ont Remise interdite.
- Les règles promo/remise/quantité sont explicites.
- La sélection tardive du client est testée.

- Les exclusions de fidélité sont validées.
- Les retours reprennent le prix d'origine.
- Les balances, le Web et les magasins reçoivent le même prix.

27. Évolutions KWISATZ documentées

Période	Évolution
2006	Renforcement de la saisie des promotions, contrôle des dates et marges, verrouillage des tarifs par quantité sur le prix standard.
2007	Ajout de la case Remise interdite dans Infos caisse.
2008	Ajout des horaires de promotions flash.
2010	Options d'application d'une promotion ou d'un tarif par quantité supérieur au prix courant et désactivation des prix par quantité sans client.
2019	Statut Inactif explicite pour tarifs supplémentaires et promotions ; regroupement des règles de sélection client tardive.
2021	Centralisation en temps réel des lignes et amélioration des tarifs et remises par quantité, y compris pour les retours.
2024	Corrections de la saisie HT/TTC des promotions et évolutions des exports e-commerce.
Février 2026 — 3.57r5	Développement du tarif par quantité en blocs, avec décomposition de la quantité au moment du Total.

Conseil technicien — Sauvegardez avant le traitement, conservez les paramètres et le fichier source, puis testez un échantillon sur un dossier de recette. Contrôlez les résultats avant de traiter l'ensemble.

28. Sources documentaires

- MENUS_KWISATZ — Fiche produit, Tarif standard, Tarif supp, Tarif par quantité et Tarifs spéciaux.
- MENUS_KWISATZ — Fiche client, Code tarif, Type remise et remise de pied.
- MENUS_KWISATZ — Remises croisées et centre d'encaissement.

- LesFonctionsDeCaisses — fonctions 004 à 011, 014 et 020 à 024.
 - Suivi de développement KWISATZ — promotions flash, contrôles de marge, centralisation et tarifs par blocs.
 - Tutoriels KWISATZ — balances, e-commerce, fidélité et transmission des promotions.
-

Documentation KWISATZ. Cette fiche consolide la documentation et les évolutions fournies. La priorité exacte entre les mécanismes dépend de la version, des préférences, du centre, du client, de l'article et du vendeur. Toute politique tarifaire doit être testée sur un dossier sauvegardé avant son déploiement sur les caisses et interfaces.

Catégorie : Articles, tarifs et nomenclatures · Mise à jour : 6 août 2026.