

IL PRICING: VARIABILE STRATEGICA DI SUCCESSO

Contesto:

Il dinamismo dell'ambiente, interno ed esterno all'impresa, ha posto in chiara evidenza la necessità di sviluppare in modo sistematico all'interno dell'organizzazione aziendale, capacità tecniche e strumenti finalizzati alla determinazione dei prezzi di vendita.

Il corso di seguito indicato, è diretto all'acquisizione delle più moderne tecniche per la determinazione dei prezzi di vendita basati non solo su calcoli matematici, ma anche in rapporto alla concorrenza e al valore percepito dal cliente.

La didattica è arricchita da molteplici esemplificazioni tratte da casi reali aziendali.

Obiettivi:

• Alla base di ogni scelta è fondamentale avere informazioni ed indicatori affidabili per controllare l'efficienza gestionale ed ottimizzare i margini e la redditività. La giusta determinazione dei prezzi di vendita è sicuramente un aspetto decisionale delicato, ma essenziale per il successo dell'impresa

Destinatari:

- Imprenditori e figli di imprenditori
- Responsabili alle funzioni di Amministrazione, Finanza e Controllo
- Responsabili alla funzione Commerciale e Marketing
- Controller
- Laureati in materie tecniche ed economiche
- Addetti area imprese di associazioni di categoria

Durata:

12 ore

Programma:

- Il prezzo nelle condizioni richieste dalla complessità dei mercati
- I criteri fondamentali per la determinazione del prezzo: calcolo matematico, analisi della concorrenza, analisi del mercato e del valore percepito dal cliente
- Vantaggi e svantaggi delle varie metodologie matematiche
- Le varie modalità e tecniche di Benchmarking
- Modalità e tecniche di indagine di mercato
- Elasticità del prezzo: domanda rigida o elastica
- Modelli di prezzo
- Effetti degli sconti e degli aumenti di prezzo
- Le strategie di prezzo per il lancio di nuovi prodotti
- Esempi su reali casi aziendali