

Corso - 27/03/2024

Dal costing al pricing: clienti diversi, prezzi diversi

Come personalizzare il prezzo per massimizzare il profitto imparando a stimare la sensibilità dei clienti al prezzo per quotare offerte differenziate

Obiettivi

Il corso mira a fornire competenze pratiche nella valutazione dell'impatto finanziario delle variazioni di prezzo, quantità vendute, costi fissi e variabili, con focus sull'ottimizzazione del mix di prodotto e strategie di pricing differenziato, attraverso l'utilizzo di esercitazioni pratiche.

Programma

Non tutti i clienti sono ugualmente sensibili al prezzo e non tutti i clienti apprezzano il prodotto nello stesso modo: ad esempio, i mercati ad alto costo del lavoro valutano l'automazione diversamente da quelli in cui la manodopera è abbondante e costa poco.

Altro esempio: i clienti per cui il nostro prodotto costituisce una parte importante del costo di produzione sono più sensibili al prezzo di quelli per cui il nostro prodotto è un complemento.

In questi casi, praticare lo stesso prezzo a tutti i clienti sarebbe un errore e una perdita di opportunità.

Segmentare il prezzo in base al cliente è l'ambito in cui il bravo manager recupera preziosi punti di profitto senza dover ricorrere a manovre sui costi, che a volte sono difficilmente realizzabili.

Come stimare la sensibilità dei clienti al prezzo per quotare offerte differenziate

- Redditività del cliente: segmentare la clientela in ottica di pricing
- La pocket price band: prezzi diversi per clienti diversi – esercitazione
- Segmentare clienti attuali: posizione competitiva/attrattività
- Segmentare clienti potenziali: la matrice Verde/Giallo/Rosso - esercitazione
- Non tutti i clienti apprezzano il prodotto allo stesso modo: la tabella CVB come criterio per stimare il potenziale del prodotto nei vari mercati – caso macchinari per rilegare libri

Destinatari

Il corso è dedicato a commerciali che vogliono acquisire competenze pratiche nella gestione finanziaria attraverso strategie di pricing e ottimizzazione del mix di prodotto.

Durata

4 ore

Quota di adesione:

300,00 € + IVA a persona per le aziende associate

400,00 € + IVA a persona per le aziende non associate

Date e Sedi di svolgimento

27/03/2024 14.00-18.00 - ONLINE

