Corso - 28/05/2027

Quanto costa davvero uno sconto

Smart Pricing: margini e prezzo nella vendita di macchine

Obiettivi

Al termine del corso il partecipante è in grado di **leggere il costo e il margine della commessa** che deve vendere, **misurare l'effetto reale di uno sconto**, trasformarlo in **contropartite** e riconoscere i principali criteri con cui si forma il prezzo. In particolare sa:

- leggere le voci economiche essenziali di una commessa per capire **quanto margine c'è da difendere**, senza ricostruire un intero conto economico;
- calcolare il **margine di contribuzione** della singola vendita e **l'effetto di uno sconto sulla redditività**;
- riconoscere le **concessioni fatte in trattativa** che fanno perdere margine durante l'esecuzione;
- **tradurre lo sconto in valore economico e contropartite negoziali**;
- **preparare una trattativa sul prezzo** con prima offerta, soglia minima, concessioni pianificate e contropartite;
- usare i dati delle **trattative vinte e perse** quando i volumi sono troppo bassi per stimare curve di domanda affidabili;
- riconoscere le **condizioni contrattuali che modificano il prezzo effettivo**.

Come si lavora: ogni concetto viene applicato a un calcolo individuale e ripreso in plenaria, su un unico **caso guida**: un costruttore di macchine per il confezionamento che vende macchine singole e linee chiavi in mano, opera con agenti e distributori e ha ricavi da ricambi e assistenza. Ogni partecipante è invitato a portare, anche in forma anonima e con dati approssimativi, **una propria trattativa recente in cui ha concesso uno sconto**.

Cosa porta in azienda: un modello per leggere costi e margine di una commessa, un **calcolatore del costo dello sconto**, una **tabella delle contropartite**, una scheda di preparazione della trattativa sul prezzo, una griglia per analizzare le trattative vinte e perse e una checklist delle concessioni che modificano il prezzo effettivo.

Programma

Capire costi e margine

- **Il pricing nel costruttore di macchine**. Chi fa il prezzo: ufficio tecnico, preventivi e vendite; che cosa riceve il commerciale e che cosa decide; perché la decisione si prende una commessa alla volta
- **Le basi: margine e ricarico.** Differenza, formule ed errori ricorrenti. Breve esercizio individuale
- **Da dove viene il prezzo che il commerciale riceve**. Le voci essenziali del costo di una macchina: distinta base, componenti acquistati, ore di ingegneria, montaggio, avviamento e trasferta. Costo diretto e costo pieno: che cosa dicono e che cosa non dicono a chi vende
- **Margine di contribuzione: quanto rende la singola vendita.** Dai costi rilevanti al contributo della commessa; rapporto con costi fissi e risultato operativo. Esercitazione sul caso guida
- **Dove il margine si perde dopo la firma.** Modifiche promesse e non prezzate, ricambi e assistenza concessi in garanzia, trasferte e tempi di avviamento sottostimati: le concessioni che il commerciale può evitare
- **L'esercizio dell'1%**. Effetto sugli utili di variazioni di prezzo, volume, costi fissi e costi variabili. Gerarchia delle leve nel caso di un costruttore di macchine

Difendere il prezzo in trattativa

- **Il cliente chiede il 5% di sconto.** Esercitazione: tradurre lo sconto in ore, servizi, ricambi, durata contrattuale e altre contropartite
- **Preparare la trattativa sul prezzo.** Prima offerta, soglia minima sotto la quale non scendere, sequenza delle concessioni e tabella delle contropartite. Esercitazione sulla trattativa portata dal partecipante o sul caso guida
- **Che cosa imparare dalle trattative.** Analizzare offerte vinte e perse per fascia di prezzo, margine, configurazione e motivazioni del cliente

Come si forma il prezzo

- **I cinque modi di formare un prezzo.** Costo più ricarico, riferimento alla concorrenza, disponibilità a pagare, valore economico e prezzo dell'ultima macchina simile. Limiti e condizioni d'uso nella personalizzazione e nelle linee chiavi in mano
- **Il prezzo non è il numero in fondo all'offerta**. Acconto, dilazione, valuta, termini di resa, garanzia e penali: dove il prezzo cambia senza essere registrato come sconto. Esercizio con la checklist delle concessioni

Ulteriori informazioni

- Per l'iscrizione di più partecipanti della medesima azienda, è previsto uno sconto del 10% sulla quota di partecipazione
- Il corso sarà attivato al raggiungimento di un numero sufficiente di partecipanti; la conferma sarà inviata via e-mail 7 giorni prima dell'inizio
- La quota comprende materiale didattico digitale, attestato di partecipazione e pranzo di lavoro
- Si intendono aziende associate quelle aderenti a ACIMAC, ACIMALL, AMAPLAST, UCIMA e FEDERTEC
- Possibilità di finanziare il corso tramite Fondimpresa e Fondirigenti

Destinatari

Nelle aziende costruttrici di macchine il costo della commessa lo stima spesso l'ufficio tecnico: **il commerciale riceve il numero e lo deve difendere in trattativa**. E quando il cliente chiede il 5% di sconto, quanto margine si perde davvero?

Il corso è pensato per **commerciali**, **tecnici commerciali**, **area manager** ed **export manager** che trattano prezzi e sconti con il cliente, e per gli addetti all'**ufficio offerte** che affiancano la vendita nella costruzione del prezzo. **Non serve preparazione contabile**: i costi si trattano per quanto serve a capire e difendere il margine, non per costruire il preventivo.

Durata

7 ore.50 ore

Quota di adesione:

650,00 € + IVA a persona per le aziende associate

810,00 € + IVA a persona per le aziende non associate

Date e Sedi di svolgimento

28/05/2027 09.00-18.00 - Modena