

Corso - 04/06/2025

Oltre i dazi: strategie di pricing per l'esportazione di macchinari italiani

Ottimizzare prezzi, marginalità e competitività nell'export di macchinari italiani, trasformando i costi aggiuntivi in leve di valore per il cliente

Obiettivi

- Implementare strategie di pricing basate sul valore percepito anziché solo sui costi - Quantificare l'impatto dei dazi sulla struttura dei costi e sulle marginalità - Sviluppare politiche di prezzo e scontistica differenziate per segmenti di clientela - Costruire argomentazioni basate sul Total Cost of Ownership - Applicare strategie di unbundling per ridurre l'impatto dei dazi - Gestire efficacemente le obiezioni sul prezzo legate all'incremento dei dazi

Programma

Pricing come strumento strategico

- Introduzione: dal pricing "automatico" al pricing consapevole, in contesti di dazi
- Value-based pricing vs. cost-based pricing: implicazioni pratiche nel settore macchinari

Analisi dei costi per decisioni di pricing efficaci

- Costi variabili vs costi fissi: impatto reale sul punto di pareggio
- Perché il full costing è fuorviante nelle decisioni di pricing a breve termine
- Esercitazione: analisi contribuzione marginale per linea di prodotto

Il Total Cost of Ownership come strumento competitivo al fine di:

1. Superare l'ostacolo del prezzo iniziale aumentato dai dazi:
 - Dimostrare che, nonostante un costo d'acquisto più elevato, il TCO rimane vantaggioso considerando efficienza energetica, minori costi di manutenzione, maggiore longevità e produttività dei macchinari
 - Creare calcolatori TCO personalizzati che includano parametri specifici del settore (costi energetici, manodopera, ricambi, tempi di fermo macchina)
2. Differenziazione dai concorrenti locali o da paesi non soggetti a dazi:
 - Evidenziare i risparmi lungo l'intero ciclo di vita del macchinario (10-15 anni) rispetto alla sola valutazione del prezzo d'acquisto
 - Quantificare i vantaggi di produttività in termini monetari (es. minori scarti, maggiore velocità, minor consumo di materie prime)
3. Tecniche di presentazione dell'offerta:
 - Strutturare preventivi che evidenzino costi e benefici su base pluriennale
 - Presentare tre scenari di utilizzo (base, medio, intensivo) per dimostrare come il vantaggio competitivo cambi in base all'uso intensivo o meno del macchinario

Strategie di unbundling per mitigare l'impatto dei dazi

L'unbundling rappresenta un'area di grande potenziale nel contesto dei dazi al fine di:

1. Separare hardware e software/servizi digitali:
 - Incorporare il software di controllo, vendibile separatamente come licenza digitale (potenzialmente non soggetta a dazi)
 - Offrire aggiornamenti e funzionalità premium come servizi in abbonamento post-vendita
2. Servizi in loco vs. componenti fisiche:
 - Separare l'installazione, il training, la manutenzione programmata come servizi non soggetti a dazi
 - Valorizzare economicamente questi servizi evidenziandone il valore aggiunto
3. Componenti critiche vs. strutture di base:
 - Identificare quali componenti ad alta tecnologia hanno classificazioni doganali diverse o minori aliquote
 - Valutare la possibilità di spedire separatamente queste componenti con diverse classificazioni doganali

4. Modelli di business alternativi:

- Proporre formule di leasing operativo invece della vendita diretta
- Esplorare modelli pay-per-use o revenue sharing che riducano l'impatto iniziale dei dazi

Strategie di differenziazione del pricing (clienti diversi, prezzi diversi)

- Segmentazione basata sul valore: Identificare quali clienti valorizzano maggiormente specifiche dei macchinari italiani (precisione, assistenza, personalizzazione) tramite metodi scientifici, supportati dall'Intelligenza Artificiale (Claude, ChatGPT, Perplexity):
- Tabella CVB e CVB comparativa
- Modello di Kano
- Analisi Fishbein

Scontistiche e negoziazione

- Sconti basati sul TCO: Collegare gli sconti ai risparmi dimostrabili nel lungo periodo
- Sconti compensativi: Calibrare gli sconti esattamente per neutralizzare l'impatto specifico dei dazi (non di più)
- Framing del dazio: Presentare i dazi come un elemento esterno che impatta entrambe le parti, non come un problema del cliente
- Tecniche comparative: Mostrare l'impatto del dazio sul TCO anziché sul prezzo iniziale
- Catalogazione delle obiezioni tipiche: Mappare le principali obiezioni ricevute dai clienti USA
- Tecniche di risposta strutturata: Modello "Riconoscere-Riformulare-Rispondere-Rilanciare"
- Tattiche di ancoraggio: Come stabilire un punto di riferimento diverso dal dazio durante la negoziazione
- Tecniche di concessione: Come strutturare concessioni che proteggano i margini pur sembrando significative

Bibliografia

1. McKinsey & Company - "Pricing in uncertainty: strategies for volatile markets" (2023)
2. Financial Times - "Global Trade Tensions: Managing Pricing in the Age of Tariffs" (2024)
3. Journal of Revenue and Pricing Management - "Dynamic Pricing Strategies in Uncertain Markets" (2023)
4. World Trade Organization - "Tariff Impact Analysis Tools" (2024)
5. Harvard Business Review - "When and How to Respond to Trade Barriers" (2023)

Ulteriori informazioni

La quota di partecipazione è comprensiva di materiale didattico in formato digitale e attestato di partecipazione. Si intendono aziende associate quelle aderenti alle associazioni: ACIMAC, ACIMALL, AMAPLAST, FEDERTEC E UCIMA.

Destinatari

Commerciali di aziende produttrici ed esportatrici di macchinari per imballaggio, legno, plastica e ceramica

Durata

8 ore

Quota di adesione:

600,00 € + IVA a persona per le aziende associate

700,00 € + IVA a persona per le aziende non associate

Date e Sedi di svolgimento

04/06/2025 09.00-13.00 - ONLINE

06/06/2025 09.00-13.00 - ONLINE



è un marchio di S.A.L.A. Srl a Socio Unico - Via Fossa Buracchione 84 - 41126 Modena(MO) - Tel: 059 512 108