

News - 31/05/2022

Gestire gli aumenti di prezzo

il pronto soccorso per salvaguardare l'azienda

Problemi logistici e di forniture, ripresa della domanda dopo la pandemia e questioni geopolitiche hanno portato ad **aumenti di prezzo** in molti settori. E' una situazione mai vista: materie prime che non si trovano o approvvigionabili a costi altissimi, margini in calo, necessità di rivedere i contratti, fatica nel trasferire ai clienti gli inevitabili ritocchi, a più riprese, ai listini; il tutto amplificato da condizioni emotive emergenziali. Una sorta di "tempesta perfetta" in cui è cruciale avere un metodo per **tamponare la situazione e salvaguardare i profitti**, persino la sopravvivenza stessa dell'azienda.

Se prevedere la durata del momento inflattivo è compito degli analisti, con questo percorso formativo le docenti (specialiste in Acquisti/Procurement e Pricing/Vendite) supportano i manager nel **gestire la situazione, iniziando o mettendo a punto processi forse finora rimandati, perché anche in emergenza si può fare qualcosa**.

Il percorso formativo ha taglio **PRATICO** secondo la metafora del "triage" ospedaliero: un "Pronto Soccorso degli aumenti di prezzo", per agire su entrambi i fronti: a monte (lato fornitori) e a valle (lato clienti).

Codice rosso: cosa fare nell'immediato (nei prossimi 3-6 mesi)

Codice giallo: cosa fare nei prossimi 6-12 mesi

Codice verde: cosa fare nel giro di 1-3 anni

Per raggiungere i seguenti obiettivi:

- rivedere i listini con metodi e criteri precisi;
- supportare i venditori nella difficile, anche emotivamente, comunicazione degli aumenti;
- sapere quali sono i clienti più o meno sensibili agli aumenti di prezzo;
- eliminare prodotti (o clienti) in perdita;
- aggiornare le competenze dei propri buyer, nella trattativa con i fornitori
- individuare le priorità di items più a rischio,
- classificare i fornitori secondo urgenza nel rinegoziare i contratti;
- ridurre i costi fissi, proponendo soluzioni alternative,
- analizzare i vincoli strategici;
- valutare l'effettivo impatto degli aumenti delle varie componenti di costo variabile sul prodotto finito;
- fare simulazioni previsionali: sugli aumenti di materie prime, energia e trasporti, di quanto incidono sulle vendite e/o i prezzi per compensare l'extra costo.

Per far ciò serve un approccio olistico, esteso su più aree: Commerciale, Procurement/Acquisti, Supply Chain, Logistica, Operations, Prodotto, Qualità. Per questo ci rivolgiamo idealmente all'imprenditore o al CEO, ma anche a tutti quei decisori che a vario titolo si trovano a gestire una situazione totalmente nuova.

E quando i prezzi torneranno infine a scendere, i manager avranno comunque appreso e applicato metodi nuovi che resteranno validi. Anche le tempeste portano risultati, a chi li sa cogliere.

ISCRIVITI CLICCANDO [QUI](#)