



cod. OPE02

destinatari

**Imprenditori, Responsabili
e Addetti Commerciali,
Responsabili e Addetti Marketing.**

durata

8 ore

PREZZO, SCONTI E REDDITIVITA': ASPETTI ECONOMICI E ASPETTI PSICOLOGICI

descrizione

Definire i prezzi aziendali, senza avere una specifica e focalizzata strategia, influisce sulla redditività dell'azienda. Il corso fornisce metodi e strumenti per determinare le strategie di prezzo necessarie per progredire nella struttura dell'offerta, nei nuovi prodotti, nella scala sconti e nel posizionamento sul mercato.

obiettivi

Analizzare le relazioni esistenti tra differenti livelli di prezzo e le loro conseguenze in termini di redditività economica a fronte della concessione di sconti alternativi.

Esaminare alcune strategie di negoziazione che possano massimizzare i risultati di una trattativa per giungere ad una conclusione positiva.

programma

- Fatturato e margine di contribuzione economico: definizioni
- La relazione asimmetrica tra sconti e margine di contribuzione
- Le conseguenze degli sconti sul Break Even Point in quantità e valore
- Il conto economico per segmenti di clienti: uno schema di riferimento
- La trattativa sul prezzo
- La presentazione delle argomentazioni sul prezzo
- Le obiezioni sul prezzo: come affrontarle
- Strategie e tattiche adottabili.