

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



Codice corso MKV07

Definire i prezzi aziendali, senza avere una specifica e focalizzata strategia, influisce sulla redditività dell'azienda. In generale le aziende si limitano ad applicare i soliti metodi, oppure imitano la concorrenza o aggiungono semplicemente un margine prefissato ai costi, o agiscono d'impulso. 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

Destinatari

Imprenditori, Responsabili e Addetti Commerciali, Responsabili e Addetti Marketing

Durata

8 ore

Costo

CON LA RISORSA UMANA, IL CORSO E' GRATUITO PER TUTTE LE AZIENDE ISCRITTE AI FONDI INTERPROFESSIONALI



PER INFORMAZIONI:

WWW.FORM-APP.IT | INFO@FORM-APP.IT | TEL: 059 8635146