

COME FISSARE I PREZZI DI VENDITA

OBIETTIVI

La determinazione dei prezzi di vendita è operazione quanto mai complessa per le aziende soprattutto in tempi, come quelli attuali, in cui l'arena competitiva è sempre più vasta ed è molto difficile poter indirizzare pienamente la politica di pricing verso gli obiettivi dell'azienda.

In questa ottica risulta utile definire il concetto di pricing, i fattori che influenzano la politica dei prezzi e le varie tecniche che permettono di determinarli in base a differenti ipotesi di redditività attesa.

DESTINATARI

Legali Rappresentanti, dirigenti, responsabili controllo di gestione.

CONTENUTI

- Il concetto del pricing
- Prezzo e valore d'uso dei beni/servizi
- Il valore percepito dal cliente
- I fattori che influenzano il pricing
- L'elasticità della domanda al prezzo (cenni)
- Prezzi, costi e volumi di vendita (il break even point)
- La determinazione dei costi dei prodotti: direct e full costing
- Il ribaltamento dei costi indiretti e dei costi generali per la definizione dei prezzi di vendita
- Il target costing
- I diversi concetti di ricarico (mark up) e margine di contribuzione
- Come tenere sotto controllo i prezzi di vendita in corso d'anno
- La determinazione dei prezzi per i nuovi prodotti in fase di lancio sul mercato

DOCENTE

Marco Limido – Amministratore di OVERVIEW SRL, società di consulenza direzionale, si occupa di studi di fattibilità e progetti di sviluppo, riorganizzazione e ristrutturazione per le PMI.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 18 febbraio

REGGIO EMILIA, 26 febbraio

MODENA, 24 marzo

CESENA, 24 aprile

RIMINI, 6 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5