

Seminario - SE 319

Pricing dei beni industriali

**Corso presso: Festo Academy**

Via Enrico Fermi, 36/38, 20057 - Assago (MI)

Durata: 2gg**Date: 10 - 11 Ott 2024****Prezzo: € 1.300,00**Scarica modulo iscrizione:
www.festoct.it/iscrizione

Il prezzo è una delle funzioni più critiche da gestire ma rimane uno degli elementi più incompresi e sottovalutati in molte aziende. Il prezzo è una chiave fondamentale per il successo: è l'unico elemento del marketing mix che genera ricavi ed è uno strumento determinante per identificare il posizionamento sul mercato.

Inoltre, anche piccoli cambiamenti di prezzo si traducono in enormi cambiamenti nel profitto operativo.

Quindi diventa indispensabile saper determinare e modificare le variabili in gioco e conoscere cause ed effetti delle dinamiche di prezzo dei beni industriali.

Rivolto a

- Product Managers
- Brand Managers
- Marketing Managers
- Direttori Commerciali
- Direttori Generali

Obiettivi

- Fornire strumenti per identificare la metodologia più adatta al proprio mercato per la determinazione del prezzo
- Identificare le variabili che influenzano la politica di prezzo ed il valore per il cliente
- La determinazione del prezzo come processo manageriale

Contenuti

■ Processo Manageriale

- Passi logici e drivers
- Processo di determinazione del prezzo
- Modello Price Management

■ Politica dei prezzi

- Mercato: quali fattori influenzano i prezzi
- La pricing excellence
- Il tradeoff prezzi-volumi
- Metodi e modelli di determinazione del prezzo
 - Nuovi prodotti

[Prosegue -->](#)

Pagina 1/2

- Prodotti Esistenti

■ Modello value proposition

- Valore per il cliente, quali benefici riconosciuti e valutati
- Creare la mappa del valore e muoversi sulla mappa
- Struttura dell'offerta e ruolo del fornitore

■ Modello pocket price e pocket margin

- Analisi delle variabili che influenzano la marginalità
- Quali prezzi per singole transazioni

■ Le infrastrutture di prezzo

- Come catturare le opportunità
- Come dare sostenibilità al processo

■ Guerre di prezzo

- Sono sempre da evitare?
- Come starne fuori e come uscirne

Sperimenterete

Analisi di casi aziendali: best practice e casi di successo; esercitazioni in piccoli gruppi sulle tappe chiave di un progetto di Pricing.