



CONFINDUSTRIA BERGAMO

## News

04 Maggio 2016

LAVORO E PREVIDENZA  
DIREZIONE  
FORMAZIONE

# Corso: La strategia dei prezzi - 17 e 24 maggio 2016

### Per info

Giavazzi Carla  
Tel. 345 442 90 37  
[c.giavazzi@serviziconfindustria.it](mailto:c.giavazzi@serviziconfindustria.it)  
Maggioni Noemi  
Tel. 340 421 05 22  
[n.maggioni@serviziconfindustria.it](mailto:n.maggioni@serviziconfindustria.it)

### Allegati

[MKT.03.pdf](#)

Le decisioni sui prezzi hanno un impatto forte e diretto sulla redditività dell'azienda, ma le imprese non utilizzano pienamente tutte le potenzialità offerte da una strategia ben specifica e focalizzata

Per definire i prezzi le aziende si limitano in genere ad applicare le formule abituali, oppure imitano la concorrenza o aggiungono semplicemente un margine prefissato ai costi, o agiscono d'impulso, rinunciando così spesso a una parte di reddito potenzialmente raggiungibile.

Dopo anni di attenta e costante riduzione dei costi, in quest'area non vi sono più molti spazi per trovare grandi miglioramenti di redditività e quindi oggi aumenta l'attenzione verso gli spazi sinora poco utilizzati di miglioramento nella definizione dei prezzi. Occorre quindi valutare il valore offerto al Cliente e determinare le strategie di prezzo per progredire nella struttura dell'offerta, nei nuovi prodotti, nella scala sconti e nel posizionamento sul mercato. Si possono utilizzare vari strumenti e tecniche quali bundling, unbundling, prezzi non lineari etc., adeguando le strategie di prezzi alle reazioni della concorrenza e alle esigenze dei mercati nazionali ed esteri. In conclusione si verifica con vari esempi che anche limitate modifiche nella politica dei prezzi possono fornire notevoli miglioramenti nei risultati aziendali.