

26 Ottobre 2022

Notizie dal Web n. 263

# Benedetti&Co

## Come determinare il Prezzo di vendita?



*"I clienti non si sentono obbligati a garantire un profitto ai produttori"*

*Peter Druker*

A settembre 2007, dopo pochi mesi dal lancio del primo iPhone sul mercato, la multinazionale Apple decise di ridurre il prezzo a 399 dollari, 200 dollari in meno rispetto al prezzo iniziale, suscitando non solo l'indignazione da parte della stampa ma anche da parte dei consumatori.

Un errore così grave effettuato da una grande multinazionale fa comprendere come sia complesso definire il posizionamento di un prodotto sul mercato. La determinazione del prezzo, infatti, rappresenta una decisione indispensabile quanto complessa sia nel momento in cui viene lanciato un nuovo prodotto sul mercato sia come cambiamento nel corso degli anni di vita dello stesso.

## Quali sono i fattori che influenzano il processo di determinazione del prezzo?

Per determinare il prezzo di un prodotto è necessario tenere in considerazione tre elementi:

1. innanzitutto, il **cliente** e il **valore percepito**
2. in secondo luogo, il mercato di riferimento e il posizionamento dei **concorrenti**
3. ed, infine, i **costi** dell'azienda.

## Perché è importante conoscere il valore percepito dal cliente?

Il valore percepito dal cliente condiziona quanto il cliente sia disposto a pagare per un prodotto o un servizio. Sul mercato non esiste un'unità di misura univoca di tale valore e, nel caso in cui il valore percepito dal cliente non coincida con il prezzo, si verificano due casistiche:

### a. **Valore percepito > Prezzo**

in questo caso l'azienda offre un prodotto ad un prezzo inferiore rispetto a quanto percepito dal cliente. Di conseguenza per il consumatore finale il prodotto risulta essere conveniente, mentre l'azienda rinuncia ad un maggior profitto.

### b. **Prezzo > Valore percepito**

in questa situazione il cliente potrebbe non effettuare l'acquisto, di conseguenza l'azienda per migliorare questo rapporto potrebbe focalizzarsi sull'aumento del valore percepito oppure sulla riduzione del prezzo.

## Qual è il ruolo dei concorrenti?

I prezzi dei concorrenti costituiscono un elemento determinante per le decisioni relative ai prezzi in quanto non rappresentano necessariamente l'importo massimo che il cliente è disposto a pagare, ma un punto di **riferimento** sul mercato per la definizione del prezzo.

## Perché è importante considerare i costi?

È necessario che i prezzi in relazione ai volumi di vendita previsti siano in grado di coprire i costi sostenuti dall'azienda per la produzione, la

distribuzione e la vendita del prodotto, oltre a garantire un **ritorno dell'investimento** effettuato.

Fissare i prezzi tenendo in considerazione solamente il calcolo dei costi non è, però, sufficiente in quanto non tiene in considerazione il cliente. Come afferma Peter Drucker, infatti, nella maggior parte dei casi ai clienti non interessa quali siano i costi sostenuti all'impresa per lo sviluppo del suo prodotto, ma solo il suo valore percepito.

Definire il prezzo richiede sia una costante analisi di questi tre elementi – clienti, concorrenti e costi – sia la consapevolezza che tale attività debba essere ripetuta, nel corso del tempo, rispondendo ai cambiamenti del mercato, alle strategie della concorrenza e al variare dei costi e degli investimenti a carico dell'impresa.

**Benedetti&Co**, opera attraverso un gruppo di professionisti con elevate competenze strategiche, economiche, finanziarie, ingegneristiche e legali. Grazie alla sua esperienza, è in grado di progettare ed implementare modelli di preventivazione, aderenti alla reale struttura dei costi aziendali, per la formulazione dei prezzi, considerando le marginalità obiettivo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Milano

## Brescia

## Mumbai

---

Via S. Michele del Carso 22  
20144 Milano  
tel. +39 02 805 057 74  
[info@benedetti-co.it](mailto:info@benedetti-co.it)

Via Oberdan 5/7  
25128 Brescia  
tel. +39 030 205 48 03  
[info@benedetti-co.it](mailto:info@benedetti-co.it)

INDIA – 400006 Mumbai,  
Ajanta Building Flat 1.  
LD Ruparel –  
Marg. Malabar Hill  
tel. +91 – 9820088817