

PERCORSO PRICING AZIENDE COMMERCIALI/DISTRIBUZIONE (E RETAIL)

1) VERIFICA DEI LISTINI

- Chi decide i prezzi?
- Chi esegue materialmente il calcolo del listino?
- Quali riferimenti della concorrenza vengono utilizzati per la definizione del listino?
- Analisi di mix: tutti i prodotti o le linee di prodotto vengono prezzati con lo stesso criterio?
- Simulazione: quanto avrei guadagnato se avessi applicato criteri diversi? Calcolo dell'elasticità aziendale al prezzo.

2) VERIFICA DELLE CONDIZIONI COMMERCIALI

- Quale modello di classificazione dei clienti viene utilizzato in azienda?
- Analisi dei listini dedicati o clienti direzionali
- Verifica scale sconti e griglie di entrata
- Verifica delle condizioni commerciali accessorie (consegna, pagamenti, campionature, costo impianti, installazioni, montaggio, scolarizzazione/formazione, customer service, diritti di chiamata) il cliente le paga? se no, potrebbe pagarle?
- Correlazione di quanto sopra con eventuali sistemi provvigionali premianti

3) VERIFICA DEI MARGINI

- Perché fatturo tanto e guadagno poco? Fatturato, margini, profitto
- Analisi del valore
 - scorporo delle componenti di costi
 - come tenere fermo il prezzo e guadagnare di più abbassando il costo
 - effetto mix: come guadagnare di più con lo stesso fatturato
- Come guadagnare di più con gli accessori, le seconde linee e i ricambi

- MODULO RETAIL

tutto quanto sopra più

- Mix posizionamento prodotto nello store
- Motivazione e formazione ai venditori
- Come incentivare il cross selling costruendolo durante il processo d'acquisto e non solo alla fine
- Budget e sistema premiante degli addetti alle vendite