

# I prezzi e la redditività della vendita (break even point analysis)

---

<b>Durata</b>	8 ore
<b>Calendario</b>	<b>Data:</b> 11 giugno <b>Orario:</b> 09.00-13.00
<b>Sede</b>	CFE MODENA Via Tacito, 40, 41123 - MODENA
<b>Quota</b>	€. 220,00 + IVA a persona per aziende associate Confapi Emilia €. 250,00 + IVA a persona per aziende non associate Confapi Emilia
<b>Info</b>	Forghieri Annalisa Tel. 059 7101464 Email a.forghieri@cfemilia.it Taccini Beatrice Tel. 059 7101464 Email b.taccini@cfemilia.it

---

## Obiettivi

La gestione della redditività aziendale si basa troppo spesso sulla sola modulazione dei costi, considerando il prezzo come una variabile strettamente dipendente da questi o imposta dal mercato. Il corso si propone di illustrare come impiegare la leva prezzo con maggior autonomia e consapevolezza analizzandone, inoltre, gli effetti sui volumi di vendita e sulla marginalità.

Lo studio della redditività viene completato attraverso la riclassificazione gestionale dei costi aziendali e la definizione dei margini di contribuzione e del punto di pareggio.

---

## Contenuti

- Il concetto di marketing (cenni)
- L'orientamento al mercato e il processo di marketing: Il mercato di riferimento, la segmentazione, l'analisi di attrattività e competitività, l'analisi SWOT, gli obiettivi, la strategia, il marketing mix
- Criteri pratici per la determinazione del prezzo: orientamento ai costi, orientamento al mercato, orientamento alla strategia e owner benefit
- Il concetto di prezzo "esteso", l'accettabilità del prezzo da parte del cliente, il prezzo in base ai costi: il prezzo limite, il prezzo di pareggio, il prezzo sufficiente
- Il prezzo in base alla concorrenza, il prezzo in base al mercato: il vantaggio economico, il valore percepito in senso lato, le determinanti della sensibilità al prezzo, il prezzo di lancio
- Il prezzo di vendita quale variabile critica: correlazione tra prezzi, costi, volumi di vendita e redditività
- Effetto combinato di prezzo, volumi, costi variabili e costi fissi sul profitto aziendale: il prezzo è la maggior leva del profitto, in

---

## Destinatari

Imprenditori, direttori commerciali e marketing, dirigenti e quadri con funzioni di responsabilità nel settore marketing

positivo e in negativo; simulazioni di casi aziendali con foglio di calcolo Excel

- La struttura dei costi aziendali
- La riclassificazione "gestionale" del conto economico: costi e ricavi del venduto; la gestione operativa, ed extra-operativa; costi industriali, commerciali, generali e di sviluppo; costi variabili e costi fissi; costi diretti e indiretti; il margine di contribuzione
- L'analisi del punto di pareggio
- Il calcolo e il significato del punto di pareggio operativo; il margine di sicurezza; l'importanza del margine di contribuzione; posizionamento ottimale rispetto al punto di pareggio e la massima capacità produttiva