

Come definire strategicamente i prezzi di vendita e massimizzare il fatturato

di [Assunta Incarnato](#)

Pubblicato il 4 Marzo 2021

Il modello di business di un'impresa che si possa definire profittevole nel lungo periodo deve poter conseguire un fatturato soddisfacente, utili coerenti con il capitale investito nell'attività e liquidità sufficiente per poter pagare adeguatamente i fattori di produzione, fare investimenti per sostenere la crescita e restituire i capitali di terzi. Come definire strategicamente i prezzi di vendita e massimizzare il fatturato?

Il modello di business di un'impresa che si possa definire profittevole nel lungo periodo deve poter conseguire un fatturato soddisfacente, utili coerenti con il capitale investito nell'attività, e liquidità sufficiente per poter pagare adeguatamente i fattori di produzione, fare investimenti per sostenere la crescita e restituire i capitali di terzi.

Sembra facile a dirsi... ma poi, a conti fatti, moltissime imprese sono molto lontane da questa situazione ideale.

Uno dei problemi più ricorrenti che si trova ad affrontare un imprenditore (e il relativo consulente) è proprio la definizione dei prezzi di vendita, elemento fondamentale per massimizzare il fatturato.

A mio modo di vedere ci sono alcune pratiche profondamente scorrette che portano ad un'errata definizione in termini di pricing mix:

- Costo di produzione per moltiplicatore

Questa è una metodologia di determinazione dei prezzi che risale a decenni fa, e che fino ad un certo punto ha anche avuto degli effetti positivi.



Si tratta semplicemente di determinare, anche approssimativamente, il costo di produzione di un determinato bene o il costo di erogazione di un servizio, e applicare ad esso un moltiplicatore per arrivare alla definizione del prezzo.

Questo approccio, oggi, è talmente semplicistico da risultare fuorviante.

Negli ultimi decenni, infatti, gli effetti della globalizzazione si sono palesati trasversalmente in pressoché tutti i settori, e applicare questo metodo di lavoro ignora il fatto che concorrenti dell'azienda potrebbero

Abbonati per poter continuare a leggere questo articolo

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi
- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati
- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento