



Determinare i prezzi per la redditività

Codice del corso
40423

Durata del corso
2,5 ore



Requisiti di sistema

- CPU Pentium II 400 MHz
- Ram 32 Mbytes
- Lettore Cd-rom 8X (solo per fruizione off-line)
- Scheda video SVGA 800x600
- Scheda audio 16 bit
- Amplificazione audio
- Web browser Internet Explorer 5.0 o superiore
- Plug-in Shockwave Player
- Plug-in Flash Player

Supporti didattici:
Immagini, supporti in formato pdf.

Autore/Relatore:
Skillsoft

OBIETTIVI

Niente può essere più dannoso per il successo del tuo nuovo prodotto o servizio che una determinazione del prezzo errata! In questo corso, imparerai non solo come acquisire informazioni relative a ricavi e spese per determinare il prezzo del tuo prodotto, ma anche come definire i tuoi obiettivi e le politiche per posizionare correttamente il tuo prodotto nella sua nicchia di mercato. Esaminerai tre metodi e quattro strategie per la determinazione del prezzo. Infine, conoscerai le risorse della società che ti possono aiutare a decidere se il tuo progetto è finanziariamente realizzabile.

DESTINATARI

Supervisor, manager, sviluppatori di prodotto

INDICE DEL CORSO

Comprendere la determinazione del prezzo

- riconoscere il valore di capire in che modo una determinazione corretta del prezzo influenzi il successo del prodotto.
- riconoscere la definizione di prezzo come indicazione del valore.
- riconoscere come il prezzo influenza le percezioni del cliente.
- riconoscere la relazione del prezzo con la fedeltà alla marca.

Influenze nella determinazione del prezzo

- riconoscere possibili influenze sulle decisioni nella determinazione del prezzo.
- riconoscere il significato della quota di mercato.
- riconoscere che ci sono due tipi di concorrenza nel mercato: sul prezzo e al di fuori del prezzo.
- riconoscere la definizione della legge della domanda e dell'offerta.

Metodi e strategie

- riconoscere il valore di capire la relazione fra metodo e strategia di determinazione del prezzo.
- riconoscere i tipi di business e prodotti che probabilmente useranno il metodo di determinazione del prezzo orientato al costo.
- riconoscere i tipi di business e prodotti che probabilmente useranno il metodo di determinazione del prezzo orientato alla domanda.
- riconoscere i tipi di business e prodotti che probabilmente useranno il metodo di determinazione del prezzo orientato alla concorrenza.
- associare le tre strategie di determinazione del prezzo con le ragioni del loro utilizzo.

ROI e dati di supporto finanziario

- riconoscere il concetto di "redditività del capitale investito" e la sua importanza per il successo del prodotto.
- selezionare la definizione corretta di "ROI".
- riconoscere le tre ragioni principali per cui la quota di mercato porta a una maggiore redditività del capitale investito.
- riconoscere i dati finanziari necessari per determinare con precisione il prezzo, il livello di break-even e creare le proiezioni del ROI.

CREDITI FORMATIVI

Il corso prevede il rilascio di **3** Crediti Formativi Professionali (CFP)