

Registrati | Login

Cerca Nel sito

MyMarketing.Net

Cerchi immagini, musica
o filmati per i tuoi video?

gettyimages®

Mercoledì 11 Aprile 2012

 Newsletter Iscriviti qui Accettazione regolamento e privacy policy

Focus on | Management | Branding | Media | International

M.M. Community M.M. Blog M.M. Tv |    

Home > Articolo

06/04/2012

 Versione per la stampaShare it 

Alla scoperta del Pricing



Sono quattro le famose 'p' del marketing, quattro punti che ogni addetto ai lavori dovrebbe conoscere come le proprie tasche. Nessun problema per quanto riguarda il *Prodotto*, la *Promozione* e il *Punto vendita*. E' il *Prezzo* a mettere in difficoltà l'imprenditore, soprattutto in questi tempi di crisi: meglio abbassare i prezzi per vendere di più, col rischio di guadagnare meno, o alzarli per ottenere un maggior guadagno, rischiando così però di perdere i clienti? In soccorso arrivano Cristina Mariani e Alessandro Silva, autori di "[Pricing: definire i prezzi](#)", pubblicato da [FrancoAngeli](#) e primo volume della collana "Impresa diretta". 144 pagine per spiegare, tramite un taglio pratico e

un approccio diretto, la cultura del prezzo, rimasta in Italia un ambiente ancora inesplorato. Cultura che è necessario scoprire, esplorare, fare propria per permettere in questi tempi di crisi e forti concorrenze di mercati esteri di poter fissare un giusto prezzo, necessario alla sopravvivenze aziendali delle imprese nostrane.

I due autori spiegano l'importanza di questo tema a MyMarketing.Net. "Adesso, in tempo di crisi e a causa della forte concorrenza dei mercati esteri, il prezzo sta diventando sempre più importante" chiarisce Cristina Mariani. "Le aziende, in questo momento, sono impreparate a competere sulla variabile prezzo: laddove le PMI si basano sulla conoscenza e la fiducia del cliente per fatturare, le grosse aziende fanno del proprio punto di forza la pubblicità. L'imprenditorialità non ha però le competenze sul tema del pricing: esso appartiene al mondo della contabilità, e il marketing director ha spesso idee approssimative su cosa esso sia". "Le grandi imprese hanno maggiori risorse da dedicare a tale problematica" spiega Alessandro Silva. "Per contro le PMI non solo hanno una limitata consapevolezza dell'importanza della possibilità di agire su tale leva ma, come detto, anche se così non fosse non hanno un'offerta di servizi in grado di formarle e supportarle su tale problematica. Creare attenzione su tale tema, fare capire che ci sono alcune semplici regole che, se applicate, possono portare benefici, aprire una discussione sul tema e confrontare esperienze diverse è uno degli obiettivi che ci siamo posti con la scrittura del libro. Insomma, gettare un sasso nello stagno per parlare di un tema importante ma non trattato."

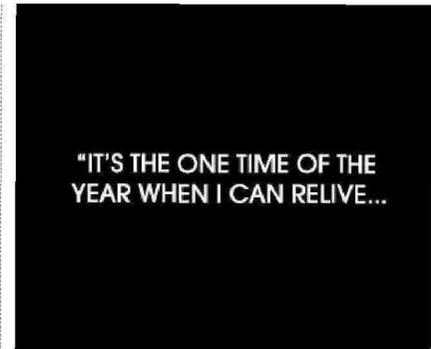
In Italia, purtroppo, questo tema è ancora poco esplorato: il nostro Paese è rimasto indietro rispetto alle altre nazioni, e questo può fare una grossa differenza nello sviluppo dei mercati nostrani, soprattutto in tempo di crisi. "In Italia l'argomento è poco trattato: il tema è enorme, articolato e iperdifferenziato" espone Alessandro Silva a MyMarketing.Net sulla situazione italiana. "C'è poca consapevolezza del bisogno, scarsa trattazione e pochissima offerta tecnica in termini di metodologie o consulenza per le aziende che volessero migliorare i processi di pricing ricorrendo a esperti esterni. Uno degli obiettivi del libro è infatti quello di contribuire a creare una minima cultura di base che permetta di approfondire le varie tematiche, scambiare opinioni, creare insomma attenzione sulla variabile più importante per il miglioramento del risultato aziendale". "Negli Stati Uniti c'è una vera e propria cultura del settore" spiega Cristina Mariani, "sia nelle PMI sia nelle grandi aziende: questo viene considerato una vera e propria disciplina universitaria. Rispetto al nostro paese, in Europa, i paesi nordici sono un po' più organizzati".

Prossimo appuntamento: dal 10 al 17 maggio all'AIMB, l'associazione industriali di Monza e Brianza, per corsi gratuiti tenuti dalla professoressa Mariani su questo importante tema del marketing.

Fabio Sarpa



Redazione MyMarketing.Net

In libreria In agenda

- 1 **StartUp School**
Augmenty Dal: 11/06/2011
- 2 **Ninja Master Online**
Ninja Academy Da Gennaio 2012
- 3 **Concorsi online, dalla creatività agli aspetti legali: ...**
ContactLab Il: 12/04/2012
- 4 **Barclays Milano City Marathon**

Photo gallery On airMarketing job Latest news

- 1 **I 10 mila tagli del nuovo ceo Sony**
Il Sole 24 Ore Online fina...
Il Sole 24 Ore Online Tue, 10 Apr 2012
06:44:21 GMT
- 2 **Titanic: le migliori app per riviverne il mito su iPad**
Panorama.it - nicola.dagostino ...
Panorama.it Tue, 10 Apr 2012

Archivio storico

INSERISCI UNA PAROLA CHIAVE

Tra il e il