



V9 - LA PREVENTIVAZIONE COMMERCIALE E LE MODALITÀ DI PRICING

Strumenti per realizzare preventivi precisi, affidabili ed efficaci

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date	quote di partecipazione IVA esclusa
5 giugno 2026 11 dicembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La preparazione, formulazione e presentazione di un'offerta o un preventivo sono delle attività importanti e delicate, che richiedono una corretta mentalità, strategia ed approccio. Il preventivo non è un semplice documento con una descrizione e prezzo, ma va "pensato" e strutturato anche per come si intenderà poi gestire la vendita e negoziazione. La preparazione, formulazione e presentazione di un'offerta o un preventivo sono delle attività importanti e delicate, che richiedono una corretta mentalità, strategia ed approccio. Il preventivo non è un semplice documento con una descrizione e prezzo, ma va "pensato" e strutturato anche per come si intenderà poi gestire la vendita e negoziazione.

In questa giornata si affrontano i principali aspetti per definire un preventivo e le relative strategie di pricing che garantiscano una buona marginalità per l'azienda e che supportino efficacemente l'attività di vendita.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Vendite e Consulenti Commerciali
- Funzionari del Customer service
- Key account e venditori
- Tecnici Commerciali
- Preventivatori

APPRENDERETE A...

- Valutare l'effettiva marginalità delle vendite
- Approfondire le leve di persuasione da utilizzare in un preventivo commerciale
- Redigere preventivi efficaci
- Gestire il processo di preventivazione
- Monitorare e migliorare il tasso di successo dei propri preventivi commerciali

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esempi di sistemi di supporto alla preventivazione e definizione di prezzi
- Esempi di strategie di pricing
- Riconoscere ed evitare gli errori più frequenti nella preventivazione
- Strutturare un preventivo efficace

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti



V9 - LA PREVENTIVAZIONE COMMERCIALE E LE MODALITÀ DI PRICING

PROGRAMMA

Come definire i prezzi e garantire la marginalità delle vendite

- L'impatto dei prezzi sulla redditività aziendale
- Le principali modalità di calcolo dei costi
- Differenza tra margine e ricarico
- Definire i prezzi in modo da garantire la marginalità

Analisi del pocket price e segmentazione della clientela

- L'impatto delle sconti e dei costi di transazione: price waterfall, pocket price e pocket price band
- La segmentazione della clientela e la comprensione dei bisogni
- Adatta l'offerta al cliente: influenzare la percezione di prezzo e la propensione all'acquisto

Strategie e modalità di pricing

- Versioning
- Implementazione di barriere (fencing)
- Bundling e unbundling

I fattori che influenzano la persuasione dei Clienti

- Prezzi ed aspetti psicologici
- Ancoraggio
- Inquadramento (framing)
- Come sviluppare un messaggio centrato sul Cliente
- I principali fattori di persuasione

Il preventivo come strumento di comunicazione e di vendita

- La struttura e gli elementi chiave di un'offerta commerciale
- Valorizzare la propria proposta
- Risposte persuasive a richieste di offerta
- Portare evidenze e far leva sui propri punti di forza
- Utilizzare formati standard "customizzabili" in funzione del Cliente

Gestire il processo di preventivazione

- Valutare e qualificare l'opportunità commerciale
- Il processo di preventivazione
- Monitorare il tasso di successo delle proprie proposte commerciali

Formulare preventivi efficaci

- Progetta al meglio la struttura e le componenti del preventivo
- La stesura della proposta commerciale
- La forma e struttura della proposta
- Presentare la propria proposta
- Scrivere offerte efficaci per informare, persuadere e motivare
- Conoscere ed evitare gli errori più frequenti

Analisi dei punti di forza e debolezza sui quali impostare il preventivo o offerta