



Vendere nonostante i dazi: pricing e sconti in un mercato incerto

Strategie di prezzo e politiche commerciali in mercati volatili

Massimo 12 partecipanti

Il corso è fruibile in modalità live streaming

Comodamente seduto al tuo Pc, potrai partecipare alla diretta on line e interagire con il docente, come se fossi in aula

DOVE E QUANDO

CORSO ON LINE

- **Data:** 8 maggio 2025
 - **Ore:** 9-13
- **Data:** 15 maggio 2025
 - **Ore:** 9-13

DURATA

8 ore

PRESENTAZIONE DEL CORSO

Perché frequentare questo corso ora: un'opportunità cruciale per i responsabili commerciali

In un momento storico in cui i dazi commerciali stanno ridisegnando le regole del gioco globale, la differenza tra le aziende che sopravvivono e quelle che prosperano risiede proprio nelle competenze dei loro responsabili commerciali.

Questo non è il momento di reagire, ma di anticipare. Mentre i vostri concorrenti stanno ancora assorbendo l'impatto dei dazi sui propri margini o trasferendoli integralmente ai clienti, voi potete acquisire gli strumenti per trasformare questa sfida in un vantaggio competitivo.

Le politiche di pricing tradizionali non sono più sufficienti in un mercato caratterizzato da incertezza e volatilità. I responsabili commerciali che continueranno ad applicare approcci basati sul full costing o strategie di sconto standardizzate vedranno erodersi progressivamente i loro margini e la fedeltà dei clienti.

Questo corso non offre soluzioni teoriche, ma strumenti concreti e immediatamente applicabili per:

- Riposizionare la vostra offerta in termini di valore anziché di costo
- Differenziare strategicamente il pricing per proteggere i mercati più sensibili
- Costruire politiche di sconto che mantengano la marginalità anche in presenza di costi crescenti
- Anticipare i movimenti della concorrenza in risposta ai dazi

Il tempo per agire è ora. Gli aumenti di costo legati ai dazi sono già una realtà, e le aziende che sapranno adattare rapidamente le proprie strategie commerciali saranno quelle che emergeranno più forti domani.

Investire oggi in questa formazione significa dotarsi degli strumenti necessari non solo per sopravvivere nell'attuale contesto di mercato, ma per trasformare le incertezze in opportunità concrete di crescita e differenziazione.

OBIETTIVI DEL CORSO

- Implementare strategie di pricing basate sul valore percepito anziché solo sui costi
- Quantificare l'impatto dei dazi sulla struttura dei costi e sulle marginalità
- Sviluppare politiche di prezzo e scontistica differenziate per segmenti di clientela e mercati
- Padroneggiare tecniche di negoziazione specifiche per mercati soggetti a dazi
- Costruire scenari predittivi per anticipare variazioni di costo e adeguare le politiche commerciali

PROGRAMMA DEL CORSO

Modulo 1: Pricing come strumento strategico

- Introduzione: dal pricing difensivo al pricing assertivo
- Test di autovalutazione: quanto è strategico il tuo approccio al pricing?
- Value-based pricing vs. cost-based pricing: implicazioni pratiche

Modulo 2: Analisi dei costi per decisioni di pricing efficaci

- Costi variabili vs costi fissi: impatto reale sul punto di pareggio
- Esercizio pratico: calcolare il vero punto di break-even per prodotto
- Perché il full costing è fuorviante nelle decisioni di pricing a breve termine
- Esercitazione: analisi contribuzione marginale per linea di prodotto
- Strumenti di simulazione per scenari di costo e volume

Modulo 3: Mappatura dell'impatto dei dazi sul business

- Tecniche di trasferimento del costo: quando, quanto e come trasferire l'aumento al cliente
- Esercitazione: matrice di vulnerabilità prodotto/mercato ai dazi

Modulo 4: Strategie di differenziazione del pricing

- Segmentazione avanzata della clientela basata sulla sensibilità al prezzo
- Esercizio pratico: creare una matrice di pricing differenziato
- Tecniche di bundling e unbundling per compensare l'impatto dei dazi su prodotti o servizi

Modulo 5: Scontistiche strategiche e tattiche di negoziazione

- Design di una griglia sconti strategica: quando, quanto e a chi

- Esercitazione: calcolo dell'impatto degli sconti sulla marginalità complessiva
- Tecniche di negoziazione
- Role play: gestire le obiezioni sul prezzo legate all'incremento dei dazi

Metodologia didattica

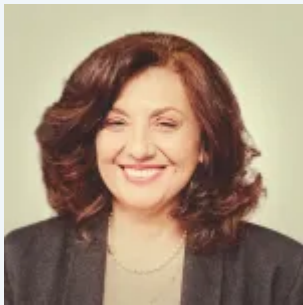
- 40% teoria e framework concettuali
- 60% esercitazioni pratiche, simulazioni e casi aziendali
- Utilizzo di strumenti digitali per simulazioni in tempo reale (compresa AI)
- Lavoro su dati reali portati dai partecipanti

Materiali e strumenti

- Template Excel per simulazioni di scenario
- Checklist per la revisione delle politiche di pricing

BIBLIOGRAFIA

1. McKinsey & Company – “Pricing in uncertainty: strategies for volatile markets” (2023)
2. Financial Times – “Global Trade Tensions: Managing Pricing in the Age of Tariffs” (2024)
3. Journal of Revenue and Pricing Management – “Dynamic Pricing Strategies in Uncertain Markets” (2023)
4. World Trade Organization – “Tariff Impact Analysis Tools” (2024)
5. Harvard Business Review – “When and How to Respond to Trade Barriers” (2023)



LA DOCENTE

Cristina Mariani

Professore a contratto presso il Master di Primo livello "Account & Sales Management" per l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Consulente, docente, già imprenditrice, scrittrice e giornalista pubblicista, supporta le aziende in area commerciale (marketing, vendite, customer experience, business writing), oltre che per pricing e controllo del cash flow. Laureata con lode in Economia (Università Bocconi di Milano) con specializzazione Amministrazione e Controllo, imprenditrice per 15 anni, libera professionista dal 2005. Ha all'attivo numerose pubblicazioni: Direttore editoriale dal 2012 della collana "Impresa Diretta" per la casa editrice Franco Angeli, autrice del libro "Pricing: definire i prezzi".

in