

LE BASI DEL PRICING Strategie di prezzo per incrementare la redditività

Prezzo: **Regular Price** 19,90 € **Special Price**
18,91 €



Codice	9788820380304
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	6 lug 2017
Reparto	Economia, LIBRI
Autore	Zatta Danilo
Edizione	2
Editore	Hoepli

Descrizione

La prima guida basilare e pragmatica edita in Italia su come sfruttare la leva del prezzo per incrementare la redditività aziendale e identificare nuove opportunità di crescita. Il pricing ha un impatto diretto sulla redditività aziendale, tuttavia le imprese non sfruttano pienamente le sue potenzialità. Spesso, infatti, la definizione del prezzo si riduce all'applicazione di formule predefinite, all'orientamento alla concorrenza, all'aggiunta di un margine sul costo o al semplice istinto perdendo così reddito aziendale. Questo volume va oltre, illustrando in maniera semplice e concreta quali tecniche e quali strumenti utilizzare per gestire le molteplici possibilità offerte dal pricing. Ricco di casi pratici di successo, Le basi del pricing si rivolge a tutti i professionisti e a tutte le aziende di ogni settore che vendono un bene o servizio per indicare come ottimizzare l'uso dello strumento 'prezzo'.

Indice testuale

Introduzione - L'impatto del prezzo sulla redditività - Le determinanti della redditività - Effetti del prezzo e modalità di misurazione - Prezzo unico - Reazioni concorrenziali e strategia di prezzo - Segmentazione di mercato e strategia di prezzo - La politica degli sconti - Processi di pricing

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546

oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

