

# E' tempo di rivedere i prezzi : 5 modi per adattare i prezzi all'inflazione

## Pricing 2 edizione

### 1 luglio 2022



La sfida organizzativa per una organizzazione proattiva e realmente orientata al cliente:

# PREZZI & MARGINI DI CONTRIBUZIONE

**Affrontare la volatilità dei costi  
con un approccio strategico ai  
prezzi & operations**

**1** Perché è importante il PREZZO?

**2** 2 casi aziendali di recupero dei margini di contribuzione

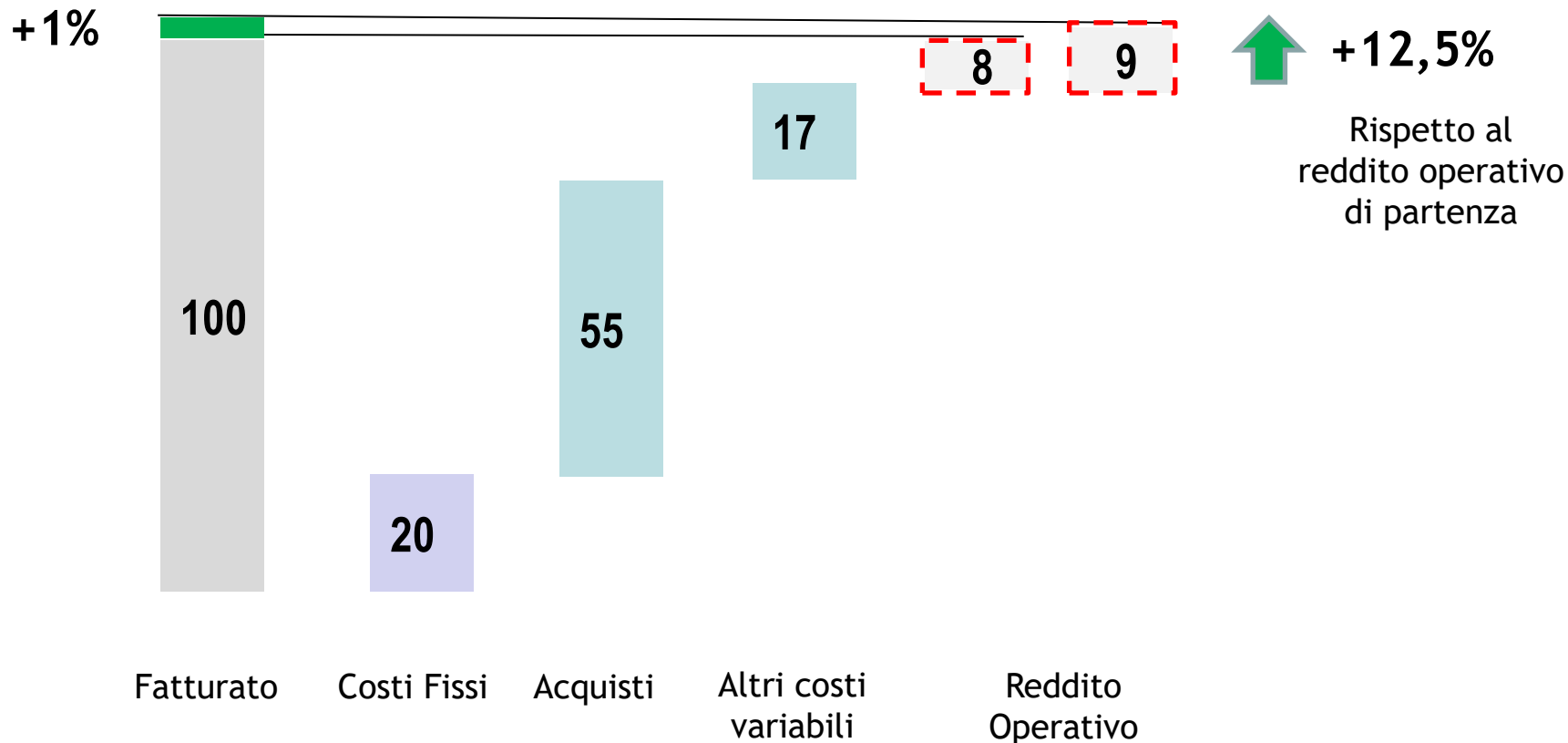
**3** 5 modi per adattare i PREZZI all'inflazione

**4** Come le Operations possono rispondere agli aumenti dei prezzi



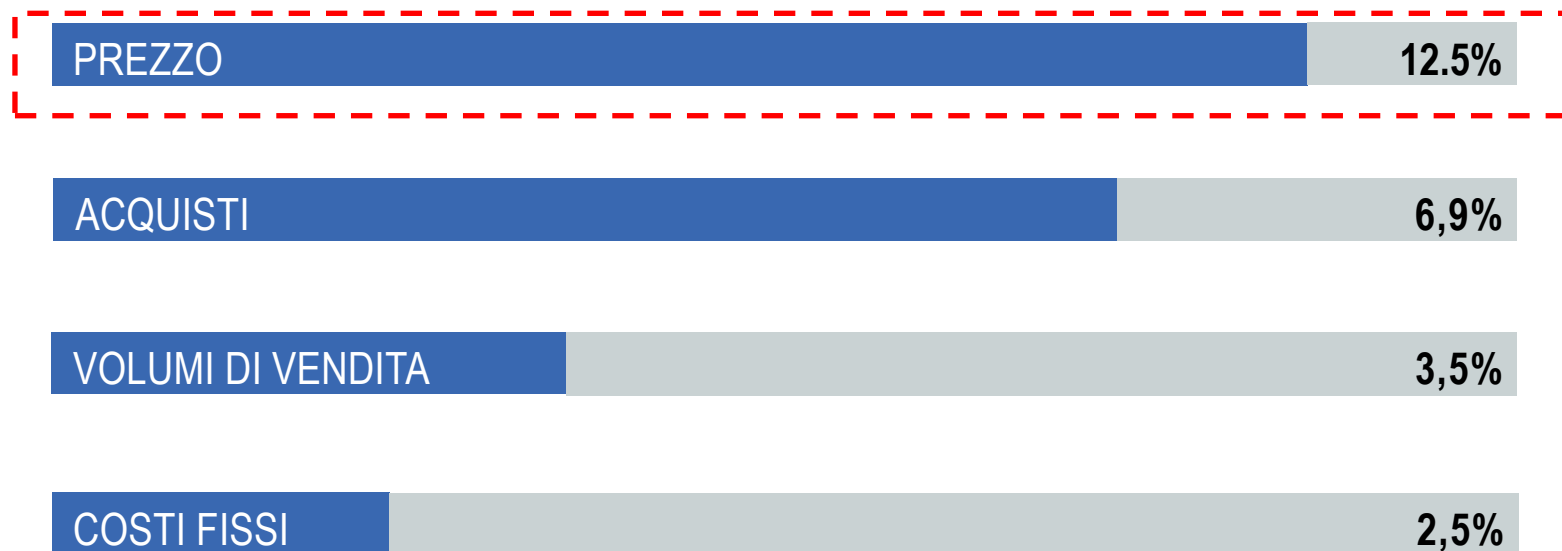
# Perché è importante il prezzo?

Il pricing ed il mix (clienti o prodotto) hanno un impatto sulla redditività molto elevato.



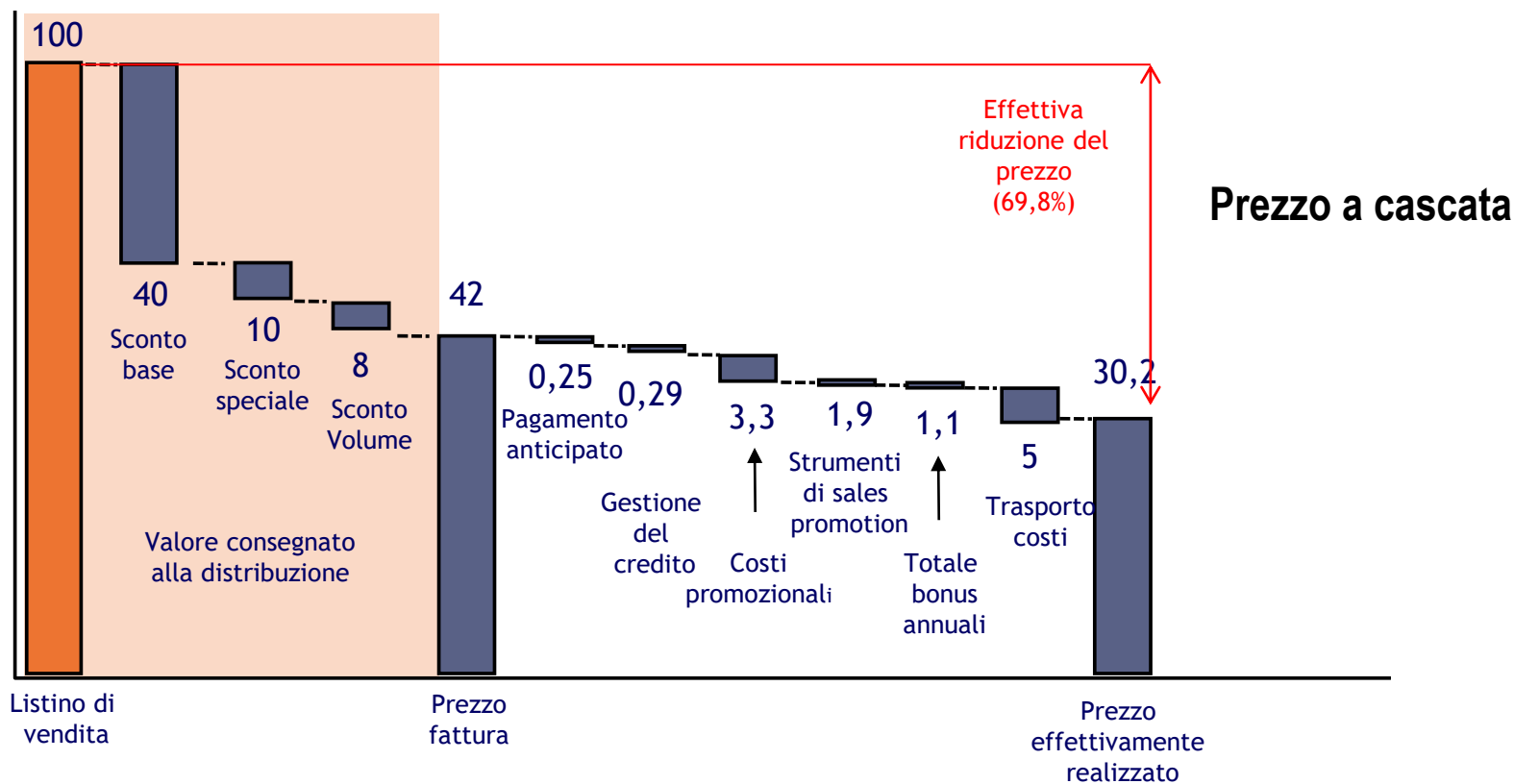
# Impatto sul reddito operativo delle leve prezzo, volumi e costi

Miglioramento del **1%** equivale all'aumento del Reddito Operativo del.....



# Caso 1 : dal prezzo di listino al prezzo realizzato

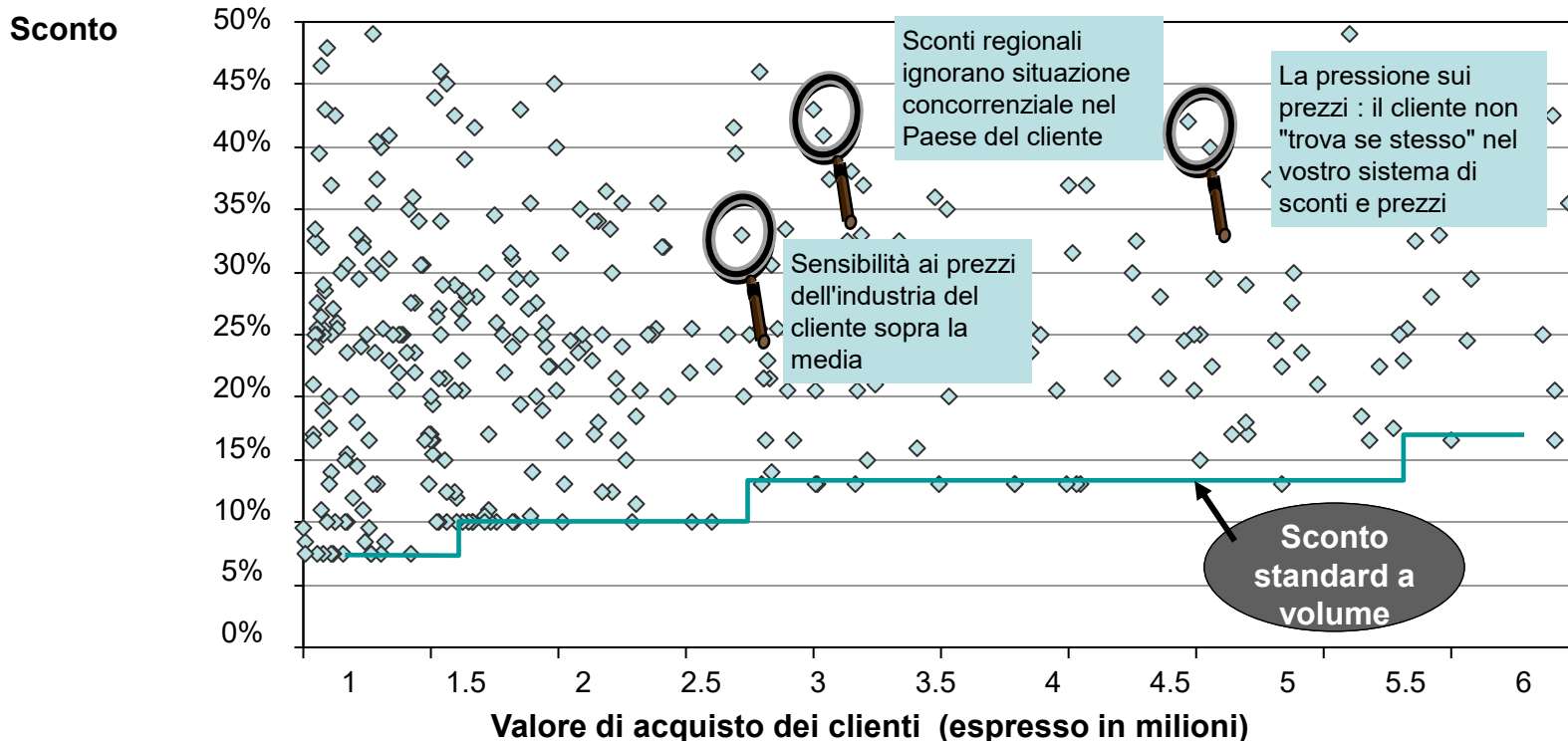
Opportunità per controllare le dispersioni indesiderabili causate dalla mancanza di un sistema di controllo e da una coerente applicazione della politica di prezzo.



Fonte: kmsenpai un caso reale

# Caso 2: la "giungla degli sconti"

Opportunità di recuperare margine nei grandi sconti aggiuntivi (oltre lo sconto volume standard)



Fonte: kmsenpai un caso reale

# 5 modi per adattare i prezzi all'inflazione

Regola sconti e  
promozioni

1



Svilupa l'arte e la  
scienza del  
cambiamento di  
prezzo

2



Accelera il  
processo  
decisionale per  
ottimizzare i prezzi

3



Organizza le opzioni per  
ridurre i costi

4



Tieni traccia  
dell'esecuzione

5



# 5 modi per adattare i prezzi all'inflazione: sintesi applicativa

	<u>Elemento 1</u>	<u>Elemento 2</u>	<u>Elemento 3</u>
<b>1</b> Adeguare	<ul style="list-style-type: none"><li>• Redditività totale del cliente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Redditività totale dei prodotti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prezzi a cascata</li></ul>
<b>2</b> Sviluppare	<ul style="list-style-type: none"><li>• Segmentazione dinamica sulla sensibilità al Prezzo &amp; Inflazione</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aumento Prezzo inflazionistico ponderato</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Esaminare la redditività End 2 End dei clienti</li></ul>
<b>3</b> Accelerare	<ul style="list-style-type: none"><li>• Team interfunzionale durante l'execution</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Valutazione rapida delle eccezioni per cliente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reazione ai feedback dei clienti e della concorrenza</li></ul>
<b>4</b> Organizzare	<ul style="list-style-type: none"><li>• Raccogliere informazioni strutturate</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gestione delle prestazioni (Prezzo, Margini, Valore)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Metodologia del miglioramento continuo</li></ul>
<b>5</b> Gestire	<ul style="list-style-type: none"><li>• Modellazione del ruolo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Costruzione della convinzione &amp; meccanismi di rinforzo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Allineare incentivi &amp; sviluppo delle competenze</li></ul>





# 3 orizzonti di azione per affrontare la resilienza dei costi

## breve termine (1-2 mesi) Ridurre gli impatti negativi

- Comprendere e quantificare la reale pressione sui costi del fornitore,
- Condurre trattative con i fornitori basate sui fatti,
- Valutare le opzioni per superare gli aumenti di prezzo,
- Garantire la fornitura a breve termine di articoli critici,
- Acquisire rapide modifiche ai progetti e alle specifiche dei prodotti,

## medio termine (6-12 mesi) Ottimizza le Operations


- Aumentare le prestazioni operative utilizzando il pensiero snello,
- Accelerare l'attuazione della trasformazione tecnologica industriale digitale,
- Aumentare l'ampiezza dell'intervento della supply chain di base,

## lungo termine (1-3 anni) Trasformazione digitale


- Rivedere le decisioni make versus buy,
- Adattare la struttura della catena di approvvigionamento,
- Acquistare o investire in fornitori di prodotti o know-how critici,
- Esplorare nuovi modelli di business,




# kmsenpai supporta i propri clienti con diversi interventi mirati alla politica del PREZZO (B2B e B2C) nelle aree delle vendite e delle operations




**Pricing Assessment** – analisi della attuale politica di prezzo e delle aree di miglioramento,




**Pricing Redesign** – supporto per il ridisegno e governance della politica di prezzo,




**Discount Management** – supporto nella ottimizzazione degli sconti applicati alla clientela e governance,




**Price optimization** – analisi per determinare in che modo i clienti risponderanno a prezzi diversi per i loro prodotti e servizi attraverso canali diversi,




**Upselling & Cross-selling** – modalità per proporre prodotti di fascia superiore e prodotti aggiuntivi compatibili,




**Service Design** - supporto, ridisegno della organizzazione e governance dei processi orientati al cliente,




**Ridefinizione dei customer journey per innovare l'approccio al cliente e ottimizzare la customer experience** - mappatura e riprogettazione del journey del cliente,



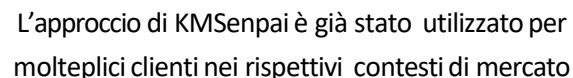
**Ridisegno dei processi Operations** - supporto, ridisegno e governance su processi della Pianificazione & Programmazione, degli Approvvigionamenti, della Supply Chain,



**Digital transformation** - supporto, ridisegno e governance su processi di digital transformation per implementare funzionalità di supporto digitale per il cliente,



**Nuovo approccio commerciale integrando approcci verticali e partnership I mirate** - segmentazione del mercato in target omogenei da aggredire con offerte customizzate e partnership differenziate per target,



L'approccio di KMSenpai è già stato utilizzato per molteplici clienti nei rispettivi contesti di mercato

**KMSenpai srl – Consulenza di direzione & Temporary management**

**Sede legale e operativa** : Polo Tecnologico di Pordenone “Andrea Galvani” Via Roveredo 20/b - 33170 Pordenone (PN)

Codice Fiscale e Partita Iva 03093910275 Capitale Sociale € 10.000 i.v.

**Sede operativa TV** : via Aquileia, 1 - 31050 Ponzano Veneto (TV)

[info@kmsenpai.it](mailto:info@kmsenpai.it) | [www.kmsenpai.it](http://www.kmsenpai.it)

**Grazie.**

Le informazioni contenute nel presente documento sono classificate riservate e confidenziali, sono opera di ingegno di KMSenpai srl ad esclusivo uso interno del cliente e non rilasciabili a terze Parti senza l'autorizzazione scritta di KMSenpai srl.

Le informazioni che il suddetto rapporto contiene sono riportate in forma sintetica e possono quindi creare dubbi di interpretazione a chi non ha partecipato alla loro presentazione. Restiamo comunque a disposizione per ogni eventuale ulteriore chiarimento.

