Il pieno grazie, anzi no!

Descrizione

Quella **dellâ??aumento dei prezzi** Ã¨ da sempre una tematica molto spinosa e delicata per ogni impresa, a prescindere dalle sue dimensioni e dal settore merceologico in cui opera.

Le attuali prospettive sullâ??inflazione, le carenze di molte materie prime e lâ??aumento del costo dei fattori produttivi, ad esempio lâ??energia elettrica, contribuiscono a complicare ulteriormente delle situazioni in grado di compromettere seriamente i conti aziendali.

Non vi Ã¨ alcun dubbio sul fatto che **il momento piÃ¹ difficile sia quello nel quale lâ??imprenditore Ã¨ chiamato ad informare di tale aumento i propri clienti**.

Ma Ã¨ altrettanto vero che vi sono imprese piÃ¹ esposte di altre al rischio di subirne i **danni sui propri conti aziendali**.

agorapro.eu

Lâ??aumento dei prezzi influisce su fatturato e margini

Ogni aumento dei prezzi diventa lâ??occasione per il cliente di verificare cosa propongono i nostri concorrenti.

Potremmo trovarci nelle condizioni di **perdere parte del volume delle vendite** a favore dei concorrenti o, nel peggiore dei casi, **perdere lâ??intero ammontare del fatturato** generato da un cliente affrontando in entrambi i casi una riduzione della quota di mercato della nostra impresa.

Nel caso in cui riusciamo a mantenere il cliente, gli scenari sono di due tipi.

Nella migliore delle ipotesi il cliente accetta lâ??aumento dei prezzi consentendo alla nostra impresa di mantenere inalterati i margini sulle vendite.

Ma nella peggiore delle ipotesi, pur confermandoci gli stessi volumi di vendita, il cliente potrebbe accettare solamente in parte lâ??aumento dei prezzi penalizzando i margini sulle vendite.

Come comunicare un aumento dei prezzi

Comunicare ai propri clienti un aumento dei prezzi non Ã¨ assolutamente piacevole.

Dâ??altro canto se abbiamo timore di affrontare la tematica col cliente significa che il nostro modo di comunicare va analizzato e modificato poichÃ© **il prezzo Ã¨ parte integrante del dialogo col cliente**.

Di seguito riporto alcuni suggerimenti che possono aiutare lâ??impresa a far digerire piÃ¹ facilmente gli aumenti di prezzo ai clienti.

Investire nella relazione col cliente

In particolare quando si tratta di un cliente di lungo corso, puÃ² succedere che si cada nellâ??errore di dedicargli minor tempo e minori attenzioni. **La relazione col cliente va costantemente alimentata e sviluppata, sempre e comunque.**

Sono proprio le occasioni di contatto che ci consentono di percepire eventuali opportunitÃ o criticitÃ cosÃ¬ da poterle gestire al meglio.

Considerato che a maggiori occasioni di contatto corrispondono maggiori opportunitÃ di vendita, **un cliente al quale vendiamo piÃ¹ prodotti/servizi sarÃ piÃ¹ propenso ad accettare un eventuale aumento dei prezzi** rispetto al cliente al quale vendiamo un solo prodotto/servizio.

Comunicare lâ??aumento per tempo

Nel momento in cui lâ??imprenditore realizza che dovrÃ aumentare i prezzi per le piÃ¹ svariate motivazioni, Ã¨ consigliabile **darne immediata informazione al cliente**.

agorapro.eu

Ã? una buona prassi in particolare se si tratta di un cliente fidelizzato che invia con regolaritÃ degli ordini. Ricevere un ordine ed essere costretti a chiamare il cliente per avvisarlo che lâ??ultimo prezzo non potrÃ essere confermato non contribuisce certo a mantenere una buona relazione.

Argomentare le ragioni dellâ??aumento

Vale sempre la pena fare lo sforzo di fornire una spiegazione breve ma significativa del motivo per cui lâ??impresa sta per aumentare i prezzi.

Le reazioni del cliente ad un aumento dei prezzi sono condizionate, oltre che dallâ??entitÃ dellâ??aumento, anche dalle **motivazioni obiettive che lo giustificano**.

Una efficace soluzione puÃ² essere legare lâ??aumento del prezzo al maggior valore percepito dal cliente. Le comunicazioni piÃ¹ efficaci inerenti allâ??aumento dei prezzi sono incentrate sul cliente e sui conseguenti maggiori vantaggi del sistema dâ??offerta.

In altri termini significa **argomentare lâ??aumento dei prezzi con un incremento dei benefici** per il cliente, dovuto al miglioramento del prodotto/servizio.

Chiamare le cose col loro nome

Ã? raccomandabile non utilizzare espressioni che possano sembrare il tentativo di coprire una cattiva notizia. Penso a formule come â??adeguamento prezzoâ?• o â??aggiornamento prezzoâ?•.

Questo tipo di messaggi oltre a non ridurre lâ??impatto negativo della notizia, possono provocare il deterioramento della relazione col cliente.

Una **comunicazione autentica e trasparente** puÃ² contribuire a far accettare di buon grado un aumento dei prezzi e accrescere la reputazione dellâ??impresa.

Come prevenirne i danni sui conti aziendali

Nella mia esperienza lavorativa ho potuto constatare come vi siano imprese che piÃ¹ di altre riscontrano maggiori difficoltÃ nel gestire lâ??aumento dei prezzi, con conseguenti perdite di fatturato e assottigliamento dei margini.

Mi riferisco alle **â??imprese che vendono prezzoâ?•** e alle **imprese che si propongono ai clienti sbagliati**.

Nel **primo caso** mi riferisco alle imprese i cui commerciali utilizzano il **prezzo come principale, e a volte unica, argomentazione di vendita**. In questo modo abituano i loro clienti a discutere solamente di prezzo.

Gli imprenditori che riescono a **formare il proprio personale di vendita sul concetto di valore** spostando lâ??attenzione del cliente sul sistema di offerta nel suo complesso, riescono a gestire meglio lâ??eventuale aumento dei prezzi cosÃ¬ da limitarne i danni sui conti aziendali.

agorapro.eu

Nel **secondo caso** mi riferisco alle imprese che a fronte di una **non corretta segmentazione del proprio mercato di riferimento**, si rivolgono a delle tipologie di clientela non idonee per il proprio sistema di offerta.

Se lâ??impresa vende prodotti/servizi definibili come *specialties,* molto probabilmente sarÃ in grado di far accettare lâ??aumento dei prezzi se il suo cliente *target* ne riconosce le quantitÃ e le capacitÃ di fornire una soluzione ad una particolare esigenza.

Scritto da Alessandro Parise
Sale and Market Strategist

Per ricevere periodicamente le nostre news nella tua casella e-mail,
iscriviti alla newsletter AgorÃ pro.

Categoria

Imprese e SocietÃ