

# LA GESTIONE DEL PREZZO PER LE IMPRESSE DI E-COMMERCE

La definizione del prezzo di vendita: l'integrazione tra gli approcci al pricing

Le opportunità di discriminare il prezzo

*Il dynamic pricing*

Il reverse pricing e le aste on line

# GLI ORIENTAMENTI AL PRICING

- L'orientamento ai costi
- L'orientamento alla concorrenza
- L'orientamento alla domanda
- L'integrazione delle tre prospettive nella definizione del prezzo

# L'ORIENTAMENTO AI COSTI

Il punto di osservazione interno

La rilevanza della contabilità analitica

La considerazione delle diverse tipologie di costi (variabili, fissi, ...) e la loro imputazione a singole referenze, all'intera gamma, al sito web

I metodi: mark-up, utile atteso sui costi pieni, profitto obiettivo, costi differenziali (mercati non comunicanti, eccesso di capacità produttiva)

# L'ORIENTAMENTO ALLA CONCORRENZA

Approcci:

- Imitativo-passivo
- Imitativo-comparativo
- Offensivo-difensivo

# L'ORIENTAMENTO ALLA DOMANDA

La misurazione del valore per il cliente e la definizione del prezzo commisurata ai benefici/sacrifici offerti

Le categorie di benefici per il cliente

- Benefici funzionali
- Benefici simbolici
- Benefici esperienziali

Le categorie di costi per il cliente

- Costi di ricerca
- Costi di informazione e apprendimento
- Costi di decisione (opportunità)
- Costi di negoziazione
- Costi di controllo
- Costi di esecuzione del contratto
- Costi psicologici

# L'INTEGRAZIONE DELLE PROSPETTIVE

Valore per il  
cliente

Benchmarking  
sulla concorrenza

Margini sui  
costi

PRICING DEL SITO (visione d'insieme)  
PRICING DELLE SINGOLE REFERENZE

La proposizione di prezzi diversi della stessa offerta a clienti diversi

I rischi di percezione di iniquità

Il profilo spaziale e il profilo temporale

La relativa accessibilità all'applicazione di prezzi discriminati on line moderata dal rischio di maggiori opportunità di conoscenze dei clienti

# IL DYNAMIC PRICING

Centro Assistenza

Cerca istruzioni e altro

Pagina principale > Tutti gli argomenti > Gestione dell'annuncio > Prezzi > Prezzi personalizzati > Prezzi smart

Come fare - Host

## Prezzi smart

Quando attivi questa funzionalità, i prezzi giornalieri cambiano automaticamente in base alla domanda. Si tratta di uno strumento utile se vuoi ottimizzare i prezzi senza doverli monitorare costantemente. Tuttavia, hai sempre tu il controllo: puoi impostare i limiti di prezzo minimo e massimo e personalizzare determinate tariffe giornaliere nel tuo calendario in qualsiasi momento.

Se alcune date del calendario sono contrassegnate da una freccia rossa, significa che i Prezzi smart sono disattivati per quelle notti.

In questo articolo

■ [Come vengono stabiliti i prezzi](#)

■ [Attivare o disattivare i Prezzi smart:](#)

■ [Come ignorare i Prezzi smart nel calendario](#)

■ [Importo minimo dei Prezzi smart](#)

### Come vengono stabiliti i prezzi

La funzionalità Prezzi smart utilizza centinaia di fattori relativi al tuo alloggio e alla zona in cui si trova per stabilirne il prezzo giornaliero. Scopri di più sui 3 fattori principali che possono influenzare la domanda.

The New York Times

## 'Dynamic Pricing' for Burgers and Shakes? Wendy's Will Give It a Whirl.

The company plans to introduce dynamic pricing as early as 2025 along with digital menu boards that would reflect price changes, Wendy's chief executive said during a February earnings call.

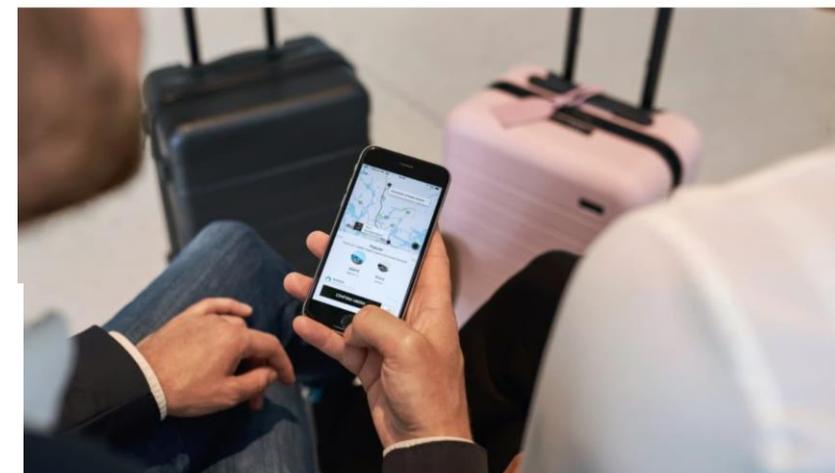
Share full article



Wendy's chief executive said the chain would test dynamic pricing, starting in 2025. The menus could change at different times, the company said. Hiroko Masuike/The New York Times

Products

## How Uber's dynamic pricing model works



# IL DYNAMIC PRICING

Prezzo stabilito dall'azienda

Aggiornamenti periodici

Aggiornamenti continui

Negoziazione

Con prezzo iniziale fissato

Con prezzo iniziale non specificato

Gruppi di acquisto

Aste

Più acquirenti (classica)

Più venditori (reverse auction)

Dynamic exchange (più compratori e venditori)

dynamic pricing

# IL DYNAMIC PRICING

Prezzi stabiliti dall'azienda:

Versioning: prezzi diversi per versioni diverse

Bundling: i pacchetti di offerta

Time-based dynamic pricing: il caso dei last-minute

Dynamic merchandising pricing: il potenziamento dell'offerta tramite vantaggi promozionali

# IL DYNAMIC PRICING

Prezzi negoziati dall'azienda:

Negoziazione: raccolta delle informazioni, elaborazione delle informazioni, negoziazione in senso stretto, haggle pricing, pagamento e consegna

Gruppi di acquisto: aggregazioni di capacità di acquisto di diversi clienti per ottenere economie di scala

# LE ASTE ON LINE

		Rivenditori	
		Uno	Molti
Acquirenti	Uno	Negoziazione classica	Reverse auction
	Molti	Asta classica	Dynamic Exchange