

# IL PRICING

## Obiettivo:

fissare il prezzo di vendita

Azienda di riferimento mercantile

**Obiettivo non semplice:** bisogna considerare almeno i seguenti fattori

- 1) La concorrenza
- 2) Il tipo di mercato (target)
- 3) Devo garantire comunque la copertura dei costi

Recuperare le configurazioni di costo, in fine si aggiunge al costo complessivo un certo utile.

## Mark-On

**Ricarico:** aggiungo una percentuale rispetto al costo complessivo; a titolo di utile;

## Mark-Up

**Margine:** la percentuale di utile è riferita al prezzo di vendita, l'Iva non centra nulla neanche nel ricarico