

di **LORENZO LOSI**

Determinare i prezzi in uno studio professionale: strategie e consigli

Stabilire i prezzi per i servizi offerti dal tuo studio professionale è una delle attività più complesse e delicate che svolgi. Ricopre un ruolo cruciale nel determinare il successo economico dello studio, influenzando anche la percezione del valore da parte dei clienti.

Ecco **5 consigli** per non sbagliare i prezzi.

Valore - Il primo passo nella determinazione dei prezzi è avere una chiara comprensione del proprio valore e delle competenze che si offrono. Non si tratta solo di valutare il tempo impiegato per svolgere un'attività (che è il dato utile a sapere quanto ti costa), ma anche il livello di specializzazione, la qualità del servizio e il valore portato cliente. Non è raro che professionisti esperti si sottovalutino, fissando prezzi troppo bassi per timore di perdere clienti e dimenticando che la loro missione non è costare poco, ma portare tanto valore aggiunto.

Costi - Nella determinazione del prezzo, non si può prescindere da un'analisi accurata dei costi operativi che, quando non sono conosciuti o sotto controllo, rischiano di superare i ricavi determinando delle perdite economiche. Ogni studio professionale ha costi fissi e variabili da considerare: collaboratori, affitto, software, utenze, formazione e aggiornamento, marketing e altre spese generali. Mediamente un'ora lavorata per i clienti ha un costo pieno di 45 euro per uno studio professionale; sei sicuro che valutate le ore in modo che i tuoi prezzi coprano sempre adeguatamente questo valore orario?

Forfait o tariffa oraria? Altro elemento è il modello di *pricing* che si intende adottare. I due principali sono:

- tariffa oraria: si basa su una rendicontazione delle ore effettivamente impiegate per portare a termine un progetto o fornire un servizio;

- prezzo a forfait o per progetto: si stabilisce un prezzo fisso per un intero progetto, indipendentemente dal tempo che richiede. Questo approccio è il più comune in quanto spesso preferito dai clienti. Garantisce loro una maggiore prevedibilità dei costi e quindi rende più semplice la decisione d'acquisto.

Unendo i concetti dei due punti precedenti, il primo elemento è calcolare il costo orario e la tariffa che si vuole applicare per ottenere il margine desiderato. Nella modalità ad ore questo sarà sufficiente, mentre nella seconda modalità è necessario un passaggio di pianificazione.

Quante ore saranno necessarie a gestire il progetto? Moltiplicando questo dato per il costo orario e la tariffa obiettivo potremo definire un forfait adeguato, che poi dovremo comunque monitorare per individuare dispersioni impreviste di ore che possono essere causate dal cliente o dall'operatività di studio.

I clienti non sono tutti uguali - Un'importante realizzazione per l'imprenditore professionale è che non tutti i clienti sono uguali. C'è chi dà più importanza al prezzo, c'è chi pone un peso maggiore sul servizio e questo dipende solo in piccola parte da te. Una buona idea è quella di creare gruppi omogenei di clienti a cui poter offrire livelli di servizio diversi, a prezzi diversi, guadagnando da ognuno e rendendo tutti soddisfatti con un servizio realmente personalizzato.

Conosci gli altri - Monitorare regolarmente la concorrenza è essenziale per comprendere il posizionamento dello studio sul mercato. Tuttavia, il prezzo non deve essere l'unico fattore di competizione. Un errore comune è quello di abbassare le tariffe per essere più competitivi, rischiando di svalutare il proprio lavoro e creare una guerra di prezzi che danneggia tutti. L'approccio che ci sentiamo di consigliare è quello di controllare cosa fanno gli altri, ma per farlo meglio facendosi pagare di più, non per costare meno.

In conclusione, se negli anni '90 poteva bastare guardare in faccia il cliente per capire che preventivo fare e farlo accettare senza discussioni, oggi la dinamica è più sfidante e si fonda sulla disponibilità di informazioni.

Tanti colleghi continueranno a brancolare nel buio, ma l'imprenditore che sa dove guardare troverà le risposte che cerca e questo, non ha prezzo.