

ANALISI ECONOMICA DEL PROGETTO (esempio)

FORMA GIURIDICA	

LOCALIZZAZIONE	

TARGET DI RIFERIMENTO	

ANALISI SWOT

S Punti di forza	W Punti di debolezza
O Opportunità	T Minacce

BREAK EVEN ANALYSIS - PUNTO DI PAREGGIO

COSTI FISSI PREVISTI =
COSTO VARIABILE UNITARIO =
PREZZO UNITARIO DI VENDITA =

Grafico

Quantità di prodotto che deve essere venduta per ottenere il pareggio tra costi e ricavi =
Numero di anni previsti per ottenere il punto di pareggio =

POLITICHE DI PREZZO:

L'impresa in questione, dovrà costruire un sistema inquadrato dei prezzi da applicare ai servizi che offre ai singoli segmenti di mercato. Questo sistema integrato dei prezzi, è influenzato da alcune variabili:

- Costi
- Prezzi praticati dalla concorrenza
- Elasticità della domanda al prezzo (non si può aumentare il prezzo e far crollare la domanda)

- La necessità di differenziare i prezzi
- Posizionamento di mercato dell'Impresa.

PRICING	(motivare la scelta)

POLITICHE DI VENDITA:

Nel presente riquadro si esporrà il piano delle vendite previsto per il primo anno di attività con alcune considerazioni per il futuro. Vanno indicati i canali di vendita che l'azienda intende utilizzare (vendita diretta, internet, ecc...)

PIANO DI VENDITA	(indicare i canali scelti)