

1. Record Nr.	UNICAMPANIAVAN0008128
Autore	Carù, Antonella
Titolo	Valore per il cliente e controllo dei costi : una sfida possibile : approccio integrato per le imprese di servizi / Antonella Carù, Antonella Cugini
Pubbl/distr/stampa	Milano, : EGEA, 2000
ISBN	88-238-0572-4
Descrizione fisica	317 p. ; 24 cm
Altri autori (Persone)	Cugini, Antonella
Disciplina	658.816
Soggetti	Prezzi - Determinazione Costi aziendali - Gestione
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	<p>Le sfide competitive imposte dalla complessità delle relazioni tra impresa e mercato fanno emergere la necessità di coniugare la ricerca della soddisfazione del cliente con il contenimento dei costi aziendali. Questo richiede di superare le tradizionali separazioni funzionali che impediscono una lettura integrata delle problematiche attinenti al marketing e al controllo di gestione. Il riferimento fondamentale per la realizzazione dell'integrazione tra le due discipline è rappresentato dal valore per il cliente: dal punto di vista competitivo emerge come prioritario al fine di acquisire la fedeltà dei clienti; per il controllo di gestione è alla base del corretto dimensionamento delle risorse aziendali e del governo dei costi. Questo lavoro propone un approccio metodologico per realizzare l'integrazione delle due prospettive. Se il valore per il cliente costituisce il presupposto per l'integrazione tra le due discipline, le condizioni che operativamente ne consentono l'attuazione sono due: il riferimento alle attività, e non ai centri di costo, come dimensione intermedia di aggregazione dei costi; il riferimento agli attributi dell'offerta, e non al prodotto/servizio, come oggetto finale di imputazione dei costi. L'approccio metodologico proposto è illustrato con riferimento ad alcune imprese di servizi, nelle quali la ricerca dell'integrazione appare particolarmente critica in relazione all'immaterialità delle prestazioni, che rende più complessa la correlazione</p>

tra prezzi di vendita e costi di produzione.
