

**Centro risorse**

**canale indiretto**

\*Si prega di considerare tutti i codici di settore locali (ad es. AdvaMed) e le leggi in vigore a livello locale quando si interagisce con operatori sanitari o funzionari pubblici

**Altra documentazione da considerare**

* Procedura di nomina di sub-distributori/agenti
* Procedura di nomina di terzi ad alto rischio
* Politica sui prodotti a noleggio, campioni e articoli dimostrativi

**Benefici**

Le autorità di regolamentazione internazionali sono sempre più concentrate sugli accordi commerciali tra le controparti nel settore della tecnologia medica. A produttori e distributori/agenti viene regolarmente chiesto di giustificare la loro strategia di prezzo per i partner di canale e i clienti finali. La Politica sui prezzi commerciali aiuta a implementare un quadro decisionale e gli standard per la documentazione di supporto al fine di motivare le decisioni relative ai prezzi.



|  |
| --- |
| **Descrizione**La Politica sui prezzi commerciali delinea il processo idoneo per stabilire e documentare le decisioni sui prezzi. |

**Istruzioni**

1. Personalizzare le sezioni evidenziate della Politica sui prezzi commerciali.
2. Rendere disponibile la Politica sui prezzi commerciali ai dipendenti interessati, in particolare a coloro che gestiscono i rapporti con sub-distributori, sub-agenti e/o clienti e/o sono responsabili dell'approvazione delle transazioni di vendita.
3. Fornire ai dipendenti in questione la necessaria formazione su come dovrà implementata ed eseguita la Politica sui prezzi commerciali.

**Politica sui prezzi commerciali**

*Versione 1.0*

**POLITICA SUI PREZZI COMMERCIALI**

È importante stabilire un prezzo adeguato per i nostri prodotti e servizi per raggiungere gli obiettivi aziendali e di fatturato. Il processo di determinazione del prezzo, concessione di sconti e riduzioni o estensione degli incentivi alle vendite, deve essere sempre chiaramente documentato e approvato secondo la procedura descritta di seguito. Prezzi speciali o sconti non possono mai essere utilizzati per trasferire efficacemente valore a un'altra parte per scopi impropri.

**PREZZI ORDINARI**

Il prezzo dei nostri prodotti e servizi può essere definito secondo una routine, a intervalli definiti o su base ad hoc, per
una vendita specifica. Per le decisioni di routine sui prezzi che saranno validi per 12 mesi o più), è necessario seguire questa procedura:

1. Identificare l'elenco completo dei prodotti da prezzare.
2. Utilizzando i criteri approvati dalla direzione, determinare il prezzo obiettivo per prodotto o configurazione. Questi criteri possono comprendere, a titolo meramente esemplificativo:
* Valore equo di mercato.
* Percentuale di margine obiettivo.
* Servizi postvendita o obblighi di garanzia previsti.
* Prezzari stabiliti dalle amministrazioni pubbliche.
* Modifiche o opportunità future dei prezzi.
1. Se possibile o necessario, consultare il fabbricante dei prodotti per accertarsi che i prezzi siano allineati con le strategie e le aspettative identificate.
2. Il listino sviluppato deve essere approvato da **[Inserire ruoli].**

**PREZZI AD HOC**

Occasionalmente, può essere opportuno stabilire il prezzo di prodotti e servizi su base ad hoc e a breve termine. Tali prezzi possono utilizzare sconti, riduzioni, incentivi di volume o altri meccanismi di determinazione dei prezzi specifici. Tutti gli accordi tariffari ad hoc devono essere sottoposti alla seguente procedura:

1. I dipendenti che richiedono l'accordo tariffario ad hoc devono documentare, per iscritto, una chiara giustificazione commerciale per l'estensione delle condizioni tariffarie richieste e i prodotti o servizi a cui si applicheranno. Qualsiasi documentazione di supporto pertinente (ad es. e-mail dei clienti, annunci pubblici) deve essere allegata alla richiesta come riferimento.
2. Se l'impatto dell'accordo sui prezzi ad hoc determina una differenza sostanziale (definita come una variazione di prezzo maggiore di **[definire percentuale]**) rispetto al prezzo precedentemente approvato, l'accordo deve essere approvato per iscritto da **[Inserire ruoli].**
3. Comunicare l'adeguamento del prezzo al sub-distributore/agente o al cliente finale e indicare chiaramente il periodo di tempo o le vendite specifiche a cui il prezzo sarà applicabile.

**DOCUMENTAZIONE DI SUPPORTO**

Tutte le analisi, comunicazioni e approvazioni svolte durante il processo di determinazione dei prezzi di prodotti e servizi devono essere documentate per iscritto e conservate. Tra gli esempi di tale documentazione troviamo, a titolo meramente esemplificativo:

* Analisi dei costi di prodotti o servizi.
* Calcoli del margine.
* Prezzari stabiliti dalle amministrazioni pubbliche.
* Comunicazioni tra la Società e sub-distributori/agenti o clienti finali che riflettono le richieste o qualsiasi discussione su accordi tariffari specifici.
* Comunicazioni tra la Società e i produttori che riflettono discussioni sulla strategia dei prezzi o sulle approvazioni.
* Approvazioni della direzione.

Tale documentazione deve essere conservata da **[Inserire il nome del reparto]** secondo gli standard di conservazione dei documenti stabiliti.

**DOMANDE E DUBBI**

In caso di domande su come applicare la procedura contenuta nel presente documento o in caso di dubbi su un accordo commerciale, è necessario fare immediatamente riferimento al proprio supervisore o a **[Inserire ruolo].**