



ARTICOLO 098 · ECONOMIA E GESTIONE D'IMPRESA

Preventivi rifiutati e motivi che si possono conoscere

Le offerte non accettate possono migliorare il lavoro se vengono lette senza attribuire intenzioni al cliente.

AUTORE Michele Argenziano · PUBBLICATO 4 ottobre 2026

Un preventivo rifiutato non dimostra automaticamente che il prezzo fosse troppo alto. Il cliente può aver modificato il progetto, scelto una soluzione diversa o rinviato la decisione. Confondere spiegazioni possibili con motivi verificati conduce a interventi commerciali poco pertinenti.

Propongo di distinguere le informazioni ricevute dalle ipotesi interne. Una breve richiesta di riscontro può aiutare, se rispettosa e proporzionata. Il cliente potrebbe non rispondere: l'assenza di risposta deve restare tale, senza essere trasformata in un giudizio sul prezzo o sulla qualità.

In un esempio ipotetico, diversi preventivi non vengono accettati perché arrivano dopo la data utile. Ridurre il prezzo non risolve il problema. Migliorare il tempo di risposta potrebbe invece rendere l'offerta valutabile quando il cliente deve ancora scegliere.

Il confronto richiede richieste simili e periodi coerenti. Un'offerta complessa non è direttamente comparabile con una standard. Registrare esito e motivazione conosciuta permette di migliorare la preparazione dei preventivi mantenendo riconoscibile la parte di informazione che rimane incerta.

Versione digitale disponibile su micheleargenziano.it/articoli