



(495) 233-05-37

www.finofficer.ru

E-mail: office@finofficer.ru

Семинар / Вебинар
Цены и ценообразование: эффективные практики

Программа

День первый.

1. Маркетинговый анализ цен.

- Факторы рыночного ценообразования.
- Практика грамотного опроса потенциальных потребителей. Формируем алгоритм опроса, список вопросов и тактику. Ошибки при опросах общественного мнения и как их избежать.
- Как узнавать цены у конкурентов. Методика сбора и обработки цен конкурентов. Анализ сопоставимости продукции.
- Метод PSM-анализа для измерения готовности рынка к определенным ценам, как его провести.
- Как конкуренты могут реагировать на ваши действие по изменению цены.
- Особенности антимонопольного законодательства.

Кейс: PSM-анализ.

2. Цены и себестоимость: важные экономические аспекты.

- Экономический анализ динамики цены. Графический анализ цены. Цена – это основа выручки компании.
- Цены и инфляция: построение инфляционной модели для факторного анализа.
- Маржинальная прибыль и торговая наценка. Точка безубыточности и CPV-анализ. Расчет и анализ уровня операционного менеджмента. Как не свалиться в убыток, управляя ценами.
- Анализ многономенклатурных продаж с помощью Бостонской матрицы.
- Характеристика влияния цены на прибыль вашего бизнеса. Анализ рентабельности продаж.

Кейс: Анализ точки безубыточности.

3. Психология цен.

- Цена как фактор конкурентоспособности. Золотое соотношение «цена-качество» и как его использовать в практике бизнеса.
- Как потребители реагируют на высокие и низкие цены, на скидки и волатильность цены. Ценовые удовольствия. Основные страхи потребителей.
- А теперь бесплатно! Как реагируют потребители. Сплит-тест.
- Особенности продажи в кредит.
- С чем потребитель сравнивает цены в разных условиях и как это использовать.
- Эластичность спроса: от теории к практике.
- Особенности ценовых переговоров.

Бизнес-игра: Эластичность спроса.

День второй.

4. Стратегия ценообразования.

- Цена, как оружие конкурентной борьбы. Примеры ценовой войны.
- Стандартные способы ценообразования: следование за рынком, параметрический способ, маржинальный способ.
- Позиционирование и цены – как это связать.
- Особенности ценообразования на рынках B2C, B2B и B2G.
- Стратегия цены на новые и инновационные товары.
- Особенности ценообразования услуг и работ.
- Стратегия накопительных скидок и как её правильно применять.
- Демпинг – тактика выживания или стратегия победы: как это сделать правильно.
- Стратегия ценообразования, как часть маркетинговой стратегии компании. Цели бизнеса и маркетинг.

Кейс: Выбираем стратегию ценообразования.

5. Управление скидками и бонусами.

- Психология распродажи. Скидки в практике современного бизнеса.
- Коридоры скидок. На сколько можно опуститься и на какое время: моделирование.
- Организация продаж в кредит, взаимодействие с банками.
- Рекламирование скидок и бонусов.

6. Управление ценами в каналах продаж.

- Особенности ценообразования в каналах продаж. Сегментация цен по каналам, в т.ч. зональная и географическая сегментация.
- Борьба с демпингом в каналах продаж. Исключение внутриканальных конфликтов.
- Управление ценами конечных продаж.
- Особенности влияния налогового законодательства на цены в каналах продаж с взаимозависимыми лицами.

Кейс: Установление цены в канале продаж.

7. Особенности тендерного ценообразования и ценообразования в гособоронзаказе.

- Государственное регулирование цен.
- Как работают тендеры и обзор действующего законодательства по тендерным закупкам.
- Рассчитываем тендерную цену правильно.
- Особенности цен на гособоронзаказ.

Кейс: Подбираем цену для тендера.

Слушатели обеспечиваются учебным пособием.

Количество часов: 16 ак. часов

Место проведения: г. Москва, ул. Рабочая, д. 35 (м. Римская, м. Площадь Ильича)

Стоимость участия: 31500 руб. / 1 слушатель.

Постоянным слушателям – скидки.

При записи нескольких слушателей – скидки.

Ближайшая дата: По мере набора группы. Уточняйте информацию у менеджеров.