

消費財メーカー・卸売・小売店・サービス業 必修の価格戦略！

利益は価格で決まる！価格設定6つのセオリー

開催日：2010年4月21日(水) 10:00～16:45

会場：りそな総合研究所 東京本社セミナールーム

講師：(有)アクチャーコンサルティング ^{いわ つき やす たか}
代表取締役 **岩月 康隆 氏**

略歴：

大手百貨店、中小デベロッパーを経て1992年実践コンサルタントとして独立。以来、増収・増益のM・O・n・e戦略コンサルタントとして、「現場で使える実践的な指導」をモットーに成果を出すコンサルティングで150社以上の企業において増収・増益を実現している。「中小企業は、大企業に勝てるマーケットの設定が増収・増益への第一歩である」と唱え、その戦略から戦術、戦術に落とし込むプロセス構築と実行の仕組みを18年にわたり提供している。戦略指導 戦術指導 実践指導のブレイクダウンのやり方には定評があり、セミナー受講者によるアンケートの結果でも、100%の方が『役に立つ』と答えた充実度NO.1講師としても有名。

特色

儲ける会社は知っています。
原価を積上げ、競合価格を参考にした売り手側の押し付け価格だけでは通用しないことを。
ユーザーの視点を持たないままに、売り手の発想で価格を決めている企業は、いつもその価格に自信と妥当性を見出せずにいます。
適正な価格は、「原価」「競合価格の影響度」「顧客の価値判断」といった複合的視点で設定されるべきです。特に消費財メーカー・卸売・小売・サービス業など、対エンドユーザービジネスに有効な価格設定法です。
このセミナーでは、『適正価格』を把握するための『値決めの仕組み』を6つの視点で科学的に分析し、妥当価格を見出す具体的手法を説明いたします。

*2009年度「利益を生む！価格設定6つのセオリー」と同内容です。

カリキュラム

録音・録画はご遠慮下さい。

- 値決めは最重要の経営判断だ！
 - 価格の経済原則を知っているか
 - 値決めは経営の重要な要素
 - 価格が営業利益に及ぼす影響度
 - 値決めの科学的根拠を持っているか？
 - 原価と競合 そして顧客視点を取り入れる！
- 営業マンが値引きしてしまう本当の理由
 - 営業マンはいつもこの恐怖心と戦っている
 - 価格勝負というが、本当に価格だけか？
 - 口実価格が通常価格になっていないか
 - 新規獲得の口実価格を放置するな！
 - 営業マンは本当に顧客情報を把握して見積もりをしているか
 - 情報がなければ提示価格が弱気になる
- 売上を上げる・利益を上げる！価格の心理トリック
 - 安いイメージはこうしてつくられる
 - 安いと思わせる心理的技法
 - 「おまけ」と「割引」どっちが効果的か？
 - 消費者が「お得」と感じるのはどっちだ！
 - 顧客はいつも3つの価格を比較している
 - 値下げで優良顧客が離れるその理由
- 高価格でも競争力を維持する3つの具体策
 - ブランディングの効果
 - 価格で品質を判断する購買者心理
 - 価格の維持はターゲットの絞込みで出来る
 - 絞込みはプレステージの維持につながる
 - カテゴリーの異質化で価格が変わる
 - 消費者の価格受容帯を変えるテクニック
- 消費者の納得価格はこう決める
 - 導入時のディスカウント価格は本当に必要か？
 - 通常価格と導入価格、トータル売上が高いのはどっち？
- コレを守れば怖くない！値上げの鉄則
 - ダメージの少ない値上げのテクニック
- 値崩れを起こさない値引きの秘訣
 - この2つの手法を使えば値崩れは安心だ
- 顧客の安定化には支払いのタイミングも考慮しろ！
 - 支払うタイミングでコレだけ違う会員維持率
- これを使い！利益を残す6つの価格設定法
 - 原価と競合だけじゃなく！顧客視点でもみているか？～
- 新商品の市場投入価格は顧客を決める！
 - 4つの顧客層と2つの投入価格
- 本当の原価の算出式を知っているか？
 - 利益の数字をとり間違えていないか？2つの利益数字
- 顧客数・売上・利益を最大にする価格はコレでわかる
 - 適正価格がわかる簡単顧客アンケート
- 競合の値引きにどう対抗するか？
 - 対抗すべきか否か、その判断はこの数字を使い！
- 売れ筋価格はこうして引き上げる
 - 平均価格と売れ筋価格は異なることを知れ！
- 低価格戦略はいつから入れればいいのか
 - ライフサイクルにあった価格戦略をどう組むか？
- どれを活用するか！値付けの10アイディア
 - 値付けは大きく3つに分類される～
- 顧客を差別化する値付け法
 - ポイントは時間の価値と付随マーケット
- 競争優位を仕掛ける値付け法
 - 優位なポジショニングを獲得するにはこの値付けが効く
- 商品トータルで儲けを考える値付け法
 - セット商品の値付けの考え方はこの4つ

参加申込書 (*個人情報の取扱いに関して「私は貴社の個人情報に関する利用目的を確認、同意の上、申込みをします」) 受講料：会員...23,100円 一般...30,450円 (参加者1名様、消費税等・テキスト代を含む)

4/21(水) 利益は価格で決まる！価格設定6つのセオリー 【FAX .03-3699-6629・6729 りそな総合研究所 行】

貴社名				区分	MS・会員・一般	会員番号	
所在地	〒			派遣 責任者	ふりがな		
					役職・氏名		
					E-Mail		
業種(具体的に記入してください)				*セミナーのご案内メールをお送りしております。(原則月1～2回程度) ご案内メールをご希望の方は上記にアドレスをご記入ください。			
TEL	()		FAX	()		取引店	支店
参加者 ()内に ふりがなを ご記入くだ さい。	氏名	()	所属	役職			
	氏名	()	所属	役職			
	氏名	()	所属	役職			
当社使用欄	替 / 振 (会・個)	入力日 /	発送日 /	受講料	円	作成日 /	発送日 / 同・別

会員の方：入会時にご選択いただきました「口座振替」あるいは「お振込み」のどちらかのお支払い方法になります。[お問い合わせ先]
一般の方：受講票とともにご請求書をお送りいたします(原則)。セミナー開催前日までにお振込みください。03-5653-3951
*キャンセルはセミナー開催前営業日の17時までにご連絡ください。それ以降のキャンセルは、受講料全額をいただきます。なお、参加申込みが少数の場合や講師の病気等により、開催を中止させていただく場合があります。研修事業担当