



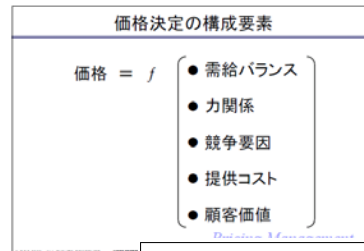
【コンセプト】

商品やサービスを提供し、利益を得ていくという企業活動のプロセスにおいて、その商品やサービスにどういった価格を付けるのかはとても重要な問題です。企業の収益に直接インパクトを与える部分であるだけに、巧みに価格をコントロールすることにより、業績を改善することが可能である反面、戦略を間違えると大きな損失にもつながりかねません。

この講座では、単に「商品・サービスの価格を操作する」というだけではなく、より広義に「プライシング」を捉え、**価格決定のメカニズム・その要因を分析するとともに、価格マネジメントを行いやすくするための組織・プロセスの改善法など、実際に企業の収益改善につながるプライシング・マネジメントのノウハウ**を具体的に解説していきます。

(講義時間 合計6時間)

【講義資料より】



【テーマ】

- 第1回 今何故プライシングか
- 第2回 実現価格を上げる: 販促コストマネジメント
- 第3回 顧客単価を上げる: 「何を買ってもらうのか」氏
- 第4回 顧客メリットに価格を合わせる: プレジジョンプライシング
- 第5回 価格マネジメントできる組織
- 第6回 まとめ

