

プログラム案 プライシング戦略基本研修

本プログラムのねらい

- 価格に影響をもたらす要因を理解し、プライシング戦略立案の基礎知識を習得する。
- プライシング戦略を含むマーケティングミックスを自製品にあてはめ検討する。

◎事前課題： [事前課題] 現有顧客と見込顧客の分析

スケジュール

時間	一日目	二日目
9:00	1. マーケティング基本知識の確認 ○産業財マーケティングの特徴	★昨日の振り返り
10:00	2. 価格はどのようにして決まるのか ○価格の決定要因 ○価格設定の基本方針	8. 価格弾性率を決定する要素 ○独自性効果、代替品認識効果、 比較困難効果、全体支出効果、 顧客での便益効果、一部負担効果、 埋没投資効果、品質効果、在庫効果
12:00	3. コストに基づく価格設定 ○コストプラス、変動費と固定費の概念 ○価格変化と損益分岐点の変化	9. PLCを考慮した価格設定 ○上澄み吸収価格、市場浸透価格
13:00	4. 競合 ○4つの競争-競合の行動を予測する ○協力的価格決定、適応的価格決定、日 和見的価格決定、略奪的価格決定	10. 昨日の課題の検討と発表 〔グループ討議〕 〔発表〕
15:00	*****【昼食】*****	*****【昼食】*****
17:00	5. 事前課題の検討と発表 〔グループ討議〕 〔発表〕	11. マーケティング・ミックス ○選んだセグメントに対して4Pを決定
	6. 使用価値に基づく価格の設定 ○エンドユーザー ○参考価値、差別化価値	12. 自部門に最適のマーケティング・ミッ クスを決定する 〔グループ討議〕 〔発表〕
	7. 自社製品の使用価値の計算 〔個人ワーク〕	13. 価格設定の手順
		★まとめ
		17:00 頃終了

*進行状況により、スケジュールを変更することがあります。