**卓越定价和高效涨价策略**

**课程时间：2020年**7月23-24上海（周四~周五）、11月19-20上海（周四~周五）

**课程费用：**4500元（含培训费、教材费、2天中餐、发票费、茶点费等）

**培训对象：**市场营销总监/经理、主管，销售总监、销售经理、品牌经理、产品经理

**授课形式：**知识讲授、视频分析、案例展示、角色扮演、培训游戏等

**联系电话：**400-008-4600；13382173255（郑老师）

**在线联系：**QQ 353266611

**注：**本课程可针对企业需求，提供内训服务，欢迎咨询！

**【课程背景】**

现在的商业社会，企业竞争激烈,在竞争的过程中，降价就成了最常用的策略，如果这个策略奏效的话，会发生什么事情？  
另外一个竞争对手很可能会对你做同样的事情，恶性循环永不终止……  
做生意是一个盈利的游戏，不是销量。价格竞争可能是一个能增加销量的方式，但是它将使得我们的业务搁浅，最终在竞争中两败俱伤!

**【课程收益】**

价格是现代企业营销战略中的重要工具，价格制定的好坏往往会影响到企业的经营状况。  
原材料成本、人员成本、服务成本增加、落袋利润下滑甚至为负，对企业影响巨大。本课程中，您将收获到：  
1. 了解财务利润目标；  
2. 了解落袋利润及服务成本对盈利的影响  
3. 价格诊断  
4. 科学使用定价工具，建立最佳的客户定价水平   
5. 如何用定价讨论会分析用来涨价的5类客户  
6. 分析涨价谈判的局势，学到谈判提价的策略、方法和技巧  
7. 将涨价从培训付诸行动  
8. 更多从客户的角度思考  
9. 改进的解决方案出售

**【课程大纲】**

**第一讲：引子，当产品价格有了变化**  
面对涨价，客户经理有什么样的感触？   
A. 丢掉生意 B. 破坏客情关系 C. 质量能否支撑 D. 品牌是否有价值  
我们的客户对价格的个人感受如何？  
A. 采购成本增加 B. 不正确的供应 C. 停止供应  
在格讨论中我们应该如何表达自己？  
**第二讲：为什么要涨价**  
健康的企业拥有健康的利润率  
市场环境变化  
原材料成本增加  
人力成本增加  
不涨价=等死  
涨价也是营销策略  
涨价也是适应环境生长  
涨价=出路  
**第三讲：价格、利润和销售额的联动**  
价格是什么？  
如何平衡价格与客户利益？  
如何应对价格竞争？  
如何区分价格？  
如何定价大客户？  
如何实施价格增长策略？  
价格降低和销售额变化  
降低价格时，为了保持稳定的毛利，必须要增加多少销售额  
**第四讲：价格诊断与利润分析**  
客户合作的信息表  
过去3年涨价历史  
行业利润率表现是否优于我们  
有利于保证竞争性的信息分析  
对重要客户的定位和业务关系分析  
重要客户关系演变的过程和类型  
不同关系模型下的业务互动模式特点  
成功的客户关系模型以及组织架构的调整  
评估我方当前的客户关系层级，找出价值定价的策略  
客户的重要文件分析（财务年报、战略文件等）  
**第五讲：定价黑带**  
你真正了解你的市场优势吗？  
令人信服的教导  
5个实现成功的方法  
工具：价格检验表与模拟器  
实战案例研究  
定价讨论会  
如何衡量价格调整的影响？  
如何在价格讨论中使用服务成本计算  
如何确定、计算和表达提供给客户的价值？  
如何为谈判准备价格影响模拟器？  
**第六讲：涨价谈判前的情势分析**  
价格谈判前需要问自己的问题   
对客户商业战略是否了解？  
客户在其市场上是否取得了成功？  
客户是否正在增加/降低其价格？  
客户现金量是否充足？  
客户未来是否会向前发展？  
买方目标和动机是什么？  
如果客户转向竞争对手，转换成本有多少？  
**第七讲：价值定价谈判**  
如何为价格增长讨论做好准备？  
如何针对某个客户实施价格增长？  
如何应对客户典型的反对意见，如“你们公司的价格太贵了”  
供应商在销售价格方面面临着巨大的压力  
世界范围内的采购和最佳价格假设  
已经增加的价格透明度  
更强硬、经验更丰富的买方  
供应商行业能力过剩  
竞争力较差的竞争者

**【讲师介绍】**

**王老师**

资深教练 关键客户管理（ⅠⅡⅢ）版权课程讲师

关键客户管理教练 - 工业品销售培训专家   
原汉高（中国）亚太区首席大客户销售教练  
18年的跨国上市公司(500强)销售与培训经验；  
多年大客户销售教练，培训过的销售人超5000人

2017年被汉高（亚太）返聘培训25天  
**【授课风格】**以多年的实战销售经验为基础，结合国外版权销售管理的新思路为核心，注重培训理论与案例结合、实战化和工具化的结合。  
课程观点新颖、语言幽默、案例贴切、气氛活跃，深入浅出，特别容易引起学员互动和共鸣；透过互动启发式研讨交流，引导学员突破固有思维，并结合实际落地实施。 **【工作履历】**2005任职于世界五百强汉高公司，先后担任大中华区首席销售培训师、中国区战略销售经理、中国区销售人才发展经理、亚太区销售教练及全球专业学院经理等职位。  
2007年公司的产品价格上调，导致销售人员业绩和信心急剧下滑，王老师迅速组织销售精英共同开发出《谈判技巧》和《涨价策略》两门课程，为汉高全球销售人员开展轮训。经过轮训，不仅重振了销售人员的信心，更使业绩腾飞，为公司带来了近3亿元的利润。  
王老师以专业和务实的态度开发并创新了公司业务模式，与国际和国内的多家行业领导者签订了战略合作联盟，极大地增强了公司的竞争优势；发起并主持多个行业的高峰论坛，极大地增强了公司行业影响力，并带来了业绩上的突破近亿元  
王老师参与建设汉高全球专业学院，负责销售课程的开发和优化、国外销售课程的引进和本地化，讲授的主要课程包括：《关键客户管理》系列、《解决方案式销售》、《聚焦客户的价值销售》、《动态销售谈判》、《大客户管理》系列、《价格诊断》、《涨价技巧》、《IMPAX》、《顾问式销售》等。  
2014年任职于美资企业赛默飞世尔高级培训经理，为企业搭建了销售培训体系、销售测评、全球第一个的四级专业技术测评和晋级系统、员工技能成长路径、微课堂学习及落地辅导等体系。 **【授课特色】**可中、英双语授课，客户满意度高。  
聚焦于学员实际问题，分析问题总结经验，帮助学员突破销售瓶颈。  
注重实战与案例教学，对学员案例进行现场分解和重构，课堂中穿插实时的角色扮演和实战点评。  
擅长抓住学员个体特点进行顺势辅导，对问题本质进行针对性解决。 **【部分内训客户】**王老师课程效果反馈极佳。无论学员来自大陆，香港，台湾，日本、韩国、印度、马来西亚还是其他国家和地区，大部分学有所得，成为行业销售精英。以下是王老师培训过的部分客户：  
化工：德国汉高(2017年被返聘25天课程)、三博生化、佳化化学、西卡国际、华谊集团、泰利得化学、华海环保、常州强力电子新材料、胶王北京(2期)、美国运安、贺利氏  
汽车：芜湖大陆汽车车身电子、上海现代摩比斯汽车零部件、无锡威孚高科技集团、宁波嘉隆工业、鑫联轮胎、郑州金利高科、上海屹丰集团、西安伊思灵华泰(2期)、波鸿集团等  
电子：福日电子、讯方科技、江苏卡欧电子、英思科科技、福州两岸照明、业际光电股份、江苏东大、贵阳中航工业、新雷能、武汉永力等  
包装：德国克朗斯、道格包装、宏全集团等  
机械：新朋金属、赫比国际、爱美克、凯斯机械、上海鸣志电机股份、威孚高科技、常发制冷、太仓斯穆-碧根柏（钢材）、德国德图、韩国浦项不锈钢等  
医疗：润东医药、普天阳医疗器械、深圳飞利浦医疗器械、麦柯唯、广药集团、赛默飞世尔等  
软件：徽合肥航天信息、鲁能软件等  
物流：南京金陵交通运输、德邦物流、中国邮政江苏EMS、九曳供应链等  
金融：交通银行上海分行（2期）、贵阳黔商市西投资担保、光大银行北京分行、工商银行安徽省分行  
通信：中国联通广东分公司、广东电信、长飞光纤光缆、麦博韦尔等  
其他：优米网、报喜鸟集团、常州贝尔地板、南京中核华纬、中盐集团、卓美亚喜玛拉雅酒店等