

---

# 企业全面经营决策沙盘实战培训

## 一、课程总体介绍

沙盘培训课程采用模拟经营决策的形式锻炼系统思维、研讨管理专业知识、演练经营管理技能。沙盘培训具有实战、生动、系统、深刻的特点，克服了讲授式教学知识与理解运用脱节的弊端，深受参训学员和企业的欢迎。

### 课程目标和收益：

#### 1、对企业主及高层管理人士：

- 提升整合内外部资源，平衡短期与长期策略的能力
- 在经营推演中检视自身经营企业的经验和教训，并引发不断改进、优化，达到系统化、模型化
- 深刻领会各种决策产生的连带后果，以及对企业最终业绩的影响

#### 2 对公司部门领导和其他人士：

- 增强系统思维和全盘规划能力
- 领会高层战略意图，深刻理解本部门工作与全局的关系
- 突破部门局限，加强与其他部门的沟通、协作能力
- 学会用财务语言分析经营活动，能够通过改进运营效率提高企业盈利能力

---

## 二、课程适合对象

公司业主或企业高级管理层，包括：公司的总裁级人士；独立事业部高层领导或部门总监；分公司总经理。

公司中层及基层经理。包括：公司的部门经理/副经理级部门主管；区域主管、一线主管或关键员工。

学员总数以 20-50 人为宜。

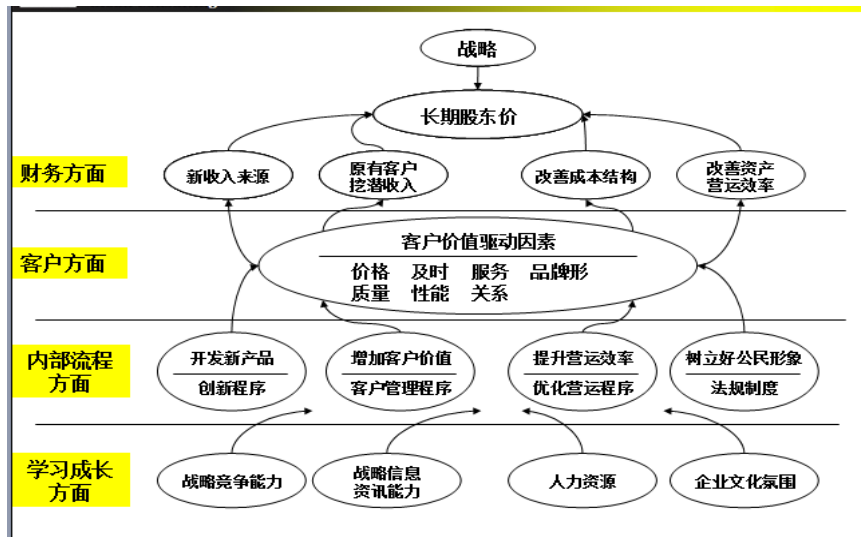
## 三、课程特点

### 1. 教学形式：

- 沙盘模拟操作+网络版量化分析工具软件配合+动态数据分析+讲师点评
- 直观的手工操作结合网络版量化分析软件，优势是具有手工沙盘的直观性，同时还避免了手工沙盘的分析能力不足、感性浅表的弊端。
- 辅助教学软件具有深度数据采集与分析的能力，通过从市场、销售、产能、战略、成本和财务等方面系统的量化分析，帮助学员发现问题，经过分析企业各种经营决策的优劣及其背后的原因，改进企业经营管理水平提升决策能力。

### 2. 课程设计理念：

课程专业设置系统科学，结合沙盘经营更有适当的扩展引申，以与企业管理实际更好地结合，达到具体实用的境界。



- 始终从客户需求为出发点，设计培训流程，保证培训吻合客户实际需要。
- 从“沙盘”中来到“企业”中去，培训可将沙盘推演与企业实际情况结合在一起，切实的帮助参与者发现企业和管理者自身的一些问题，分析探讨，以期找到解决问题的方案。
- 帮助企业用“实战演习”“体检”自身状况，不打无准备之仗。

## 四、培训时间

2-3 天

## 五、课程教学大纲

### 第一部分 整体战略方面

主要知识点：

- 评估内部资源（优势、劣势）和外部环境（机会、风险）的技巧。

- 
- 学习如何制定长期、中期和短期经营策略（管理工具）。
  - 如何对公司的整体业绩进行分析评估。
  - 明确自身定位，清晰博弈对手（竞争 VS 竞合）。
  - 了解企业竞争情报系统的建立与效用，把握创造和保持竞争优势的关键。

主要授课内容：

- 1) 战略本质
- 2) 战略管理的层次
- 3) 定位的实质与定位陷阱
- 4) 资源配称与规划技术
- 5) 战略管理的系统性要求
- 6) 战略的执行关键：沟通

## 第二部分 竞争情报与战略决策

主要知识点：

- 情报在企业竞争中的作用
- 如何充分发挥企业组织中情报的作用

- 
- 大中小企业如何拥有竞争情报系统

主要授课内容：

- 1) 战略决策失误的两个主要原因
- 2) 正确的思维方式
- 3) 如何利用分散在组织各个角落的情报知识
- 4) 竞争情报的概念与方法
- 5) 如何在企业内建立竞争情报体系
- 6) 如何让竞争情报在战略和市场决策中发挥作用

### 第三部分 财务方面

主要知识点：

- 掌握如何做现金预算，确保各类投资与运营活动的现金流。
- 学习如何进行固定资产投资管理，降低投资的资本成本。
- 学习读懂财务报表，判断重点及明确关键数据含义；运用财务指标进行内部诊断，协助管理决策。
- 建立以战略成本管理为核心的财务理念，通过精细化管理提升企业经营成果，做正确的事。

---

主要授课内容：

### 1) 财务报表分析

- 财务报表编制
- 财务报表解读与业务分析
- 财务指标与非财务指标分析

### 2) 战略成本与定价

- 盈亏平衡分析与投资回收期分析
- 决策环境与成本概念
- 短期决策与长期决策
- 全成本分析
- 成本结构分析与标杆管理
- 成本效益分析
- 产品盈利性分析

### 3) 运营资金管理

- 现金流量分析
- 企业资金的运转
- 如何改善企业的现金流

- 
- 融资与投资的匹配度条件
  - 融资方式与成本
  - 固定资产投资管理

## 第四部分 市场营销管理方面

### 主要知识点：

- 学习如何进行市场的分析、预测，根据调查结果制定投放决策。
- 学习如何进行新产品开发规划, 制定合理的产品组合与市场定位决策。
- 学习如何收集、分析市场信息，做出正确的市场决策。
- 学习掌握先进的市场与销售管理方法，并在实战中演练。
- 认识客户管理的方法手段，避免常见误区。

### 主要授课内容：

- 1) 从 4P 到 4C**
- 2) 市场分析与预测**
- 3) 产品生命周期与产品研发规划**
- 4) 市场细分的核心含义与要求**
- 5) 市场态势分析**

- 
- 市场份额
  - 市场全景分析
  - 多区域多品类管理的市场热度图分析
  - 市场分析方法与维度选择

## 6) 客户管理

- 客户细分
- 客户满意度与客户保留率
- 客户推荐率
- 客户盈利性分析
- 数据化管理下的客户反馈沟通与需求预测
- 客户视角的战略一致性

## 第五部分 生产与库存管理方面

### 主要知识点：

- 学习采购与库存管理，减少资金占压。
- 学习全盘生产与库存调度：匹配市场需求，交货日期，数量及库存能力。

---

主要授课内容：

- 1) 产能规划
- 2) 生产成本优化
- 3) 采购与库存管理
- 4) **MRP 概念与原理**

## 第六部分 团队协作与沟通方面

主要知识点：

- 学习部门间沟通协调技巧。在紧张的市场环境中实地操练跟同事沟通协作，步调一致地实施策略。
- 学习如何建立以整体利益为导向的组织，培养不同部门人员的共同价值观和经营理念。
- 学习科学群体决策方法，发挥组织智慧，提高组织决策质量。

主要授课内容：

- 1) 管理沟通在企业经营管理中的意义
- 2) 战略管理中的沟通
- 3) 供产销协同中的协作沟通

---

**4) 客户管理中的跨部门协作沟通**

**5) 营造跨部门协作沟通的土壤与气候**

**6) 加强跨部门协作沟通的三个秘笈**