

---

# 成本控制与定价体系建设方略培训课程

## ▶ 课程背景

企业是以盈利为目的的经营组织。

如何盈利？靠的是营销增值与成本控制。

对于企业而言，有他的的特殊性和先决条件。通过了解，营销增值基本是一个定量，而最重要的是解决成本控制和定价的问题。

## ▶ 参训对象

管理人员、项目负责人及其他与成本有关人员

## ▶ 课程目标

- ▶ 提高全员成本管理意识，理解企业成本内涵、组成和成本管理存在的问题及产品定价策略；
- ▶ 明了企业组织运行的每一个环节对于企业在市场竞争中价格优势形成的作用和影响；
- ▶ 突破传统的成本管理的概念，明确企业在市场竞争中广泛获得价格优势的途径；
- ▶ 全面把握企业成本控制系统管理规范化的思路和方法和产品定价技巧；
- ▶ 掌握在企业组织运行的 11 个主要环节上降低成本，提升效益的思路和方法。

---

## 课程特点

1. 系统性，课程不再是从西方搬来的一个一个的孤立学科讲授，而是把企业作为一个活的有机体进行分析；
2. 针对性，课程所针对的是企业成本管理中所面对的重点问题，参训人员接受培训后，能自主理出解决企业成本管理的思路和办法；
3. 实用性，课程不讲空洞理论，强调以解决问题为要务，并针对管理人员所提出的现实问题，在互动的基础上进行分析解答；
4. 全面性，课程涵盖了企业成本管理的 5 大内容、13 个基本子系统，企业拥有了这企业整体规范化管理方法，可确保企业在激烈的市场竞争中立于不败之地；
5. 启发式，培训强调通过边讲、边议、边讨论的方式，进行互动，以引导参训人员边学、边思考、边创新解决自己企业的基础管理问题；
6. 教练式，课程不是简单的理论分析讲解，而是教、练结合，以使参训管理人员掌握能带回去付诸实施的具体技术和方法；

## 培训形式

- 1) 学员主导，培训课程直接以参训学员为主体，不仅把他们吸纳到培训过程中来参与讨论互动，而不是消极的被动听众，而且鼓励学员发现问题、分析问题，并提出解决问题的办法，以造成开放的学习氛围；
- 2) 问题讨论，由授课专家提出问题后，首先由参训人员讨论，然后由授课专家归纳总结，给出答案；
- 3) 案例引导，由授课专家提出一个案例后，参训人员一起讨论分析，

---

以加深对所讲内容的把握；

- 4) 现场答疑，参训人员可现场提出自己工作中所遇到的问题，进行讨论后由授课专家进行解答；
- 5) 现场练习，讲解一个技术方法后，通过现场练习，以保证能准确理解和实践运用；
- 6) 游戏启发，课程安排有启发式游戏，以通过游戏启发参训人员思考，加深理解；
- 7) 小班组织，每班不超过 50 人，因为是教练式培训，超过 60 人就难以保证互动练习效果。

➤ **主要内容：**

**围绕困扰着企业高层领导和主管的 10 个方面的成本管理问题，重点剖析，并制定出定价策略或建议。**

- 1、 产品成本居高不下，在市场竞争中没有价格优势，在价格战中不得不节节败北；
- 2、 成本管理思路狭窄，成本控制与质量管理矛盾，一实施成本控制，产品质量就下降，一抓产品质量，成本投入就上升；
- 3、 没有明确的成本责任分析界定，没有人对资源投入的效果负责，诸多投入都成了没有效益的浪费；
- 4、 只有管理者几个人关注投入的效益问题，企业组织运行过程中大量的浪费都视而不见，见而不理；
- 5、 没有投入效果的分析论证，众多的人从这种存在控制漏油的

---

投入中捞取个人灰色收入；

- 6、 企业组织的运行，没有投入预算，也没有投入效果的核算，企业组织内部的大小活动，都集中在企业统一的财务部算总账；
- 7、 企业员工只对工作过程负责，不对工作成效负责，承担的工作，无论大小都是尽力争投入，没有人对投入的回报承担责任；
- 8、 员工都安于现状，工作程序和业务流程一经确定就成了固定不变的行事方式，没有人为工作效率的提升负责，没有人想改变现有的行事方式；
- 9、 费用投入控制方法简单，要么一控制就死，剥夺下属员工必须有的财物支配权，要么一放开就乱，让下属员工随意支配财物，造成浪费；
- 10、 高估亲信的忠诚，随意授给亲信支配企业相关部分财物的权力，造成严重失误和浪费后自怨自艾。

➤ **培训时间**：2天

➤ **课程大纲**

### **模块一、成本管理常识**

- 1) 成本管理的定义
- 2) 成本管理的目标
- 3) 企业组织所包括的成本内容
- 4) 企业经营中经常遇到的成本管理问题

### **模块二、企业成本管理必备的6种基本理念**

- 
- 1) 全员成本管理理念
  - 2) 精细化控制理念
  - 3) 过程化控制理念
  - 4) 前瞻性控制理念
  - 5) 系统实施理念

### 模块三、企业成本管理的常用 8 种方法

- 1) 成本分类法 (ABC 法)
- 2) 预算控制法
- 3) 流程控制法
- 4) 项目控制法
- 5) 比例控制法
- 6) 目标控制法
- 7) 标准控制法
- 8) 作业成本控制法

### 模块四、成本分析

- 1) 人员成本
- 2) 管理成本
- 3) 时间成本
- 4) 情绪成本

- 
- 5) 原材料成本
  - 6) 制造成本
  - 7) 研发成本
  - 8) 试验成本
  - 9) 期间成本
  - 10) 潜规则成本
  - 11) 不可预见成本
  - 12) 其他成本

## 模块五、成本砍刀

- 1) 砍价—慧眼识刀
- 2) 砍人手---让每个人都能听到刀声
- 3) 砍固定成本---手起刀落
- 4) 砍采购成本---借刀杀人
- 5) 砍预算----刀刀进逼
- 6) 砍劣质客户---见人下刀
- 7) 砍日常开支---刀下在每一个细节

## 模块六、定价限制因素分析

- 1、市场格局
- 2、资源约束

---

3、企业发展现状

4、品牌价值

5、管理费用

6、期间费用

### 模块七、产品定价与项目定价的策略差距

1) 二者作为商品的特性分析

2) 在定价上的策略区别

3) 客户心理价位倒推

4) 财务定价与市场定价

### 模块八、定价策略分析

1) 诚信定价

2) 让利定价

3) 促销定价

4) 撇脂定价

### 模块九、组合定价的技巧和方法分析

1) 心理定价法与营销定价法组合

2) 战略定价法组合与营销定价法组合

3) 战略定价法组合与营销定价法组合

---

## 模块十、改变在当下的四个忠告

- 1、要有现代会计观念
- 2、财务先行
- 3、奖励高手，奖罚分明
- 4、养成富人的思维模式