

《营销管理人员的财务管理》

课程背景：

脱离财务管理是营销管理与业务人员的低效和被诟病的主要原因。您的公司或您在工作中是否面对以下困扰？

- 1.营销人员对财务缺乏了解，造成无法对企业的财务进行有效的管理和支撑？
- 2.因相互不了解，营销与财务之间经常因费用管控问题争执不下？
- 3.销售回款责任模糊不清，信用风险和应收款控制不利？
- 4.如何制定营销计划，并编制营销成本费用与收入的预算？
- 5.销售的灰色地带和财务监控如何匹配？
- 6.应收账款管理的具体操作及拖账的应对方法？

课程收益：

本课程让您在深入浅出的讲解中掌握营销业务中财务管理的精髓和要点，并将这些原则、理念、方法和经验灵活应用于企业管理实践的各种情况中去，进而提升认知能力。

课程大纲

模块一：营销定位与财务环境

——营销策略的财务计算

1. 案例：企业营销战略与财务战略的实践
2. 财务能为企业做什么？
3. 财务职能定位的重大变革
4. 从营销角度看财务，财务角度分析营销？

5. 财务的重新定位：决策占据重要地位

模块二：营销人员必备的财务思维

——财务报告是企业经营与营销管理仪表盘

1. 财务会计报告体系与财务语言
2. 财务会计的六大要素
3. 财务会计的基本原则
4. 财务会计的四大假设
5. 案例：财务报告反馈什么信息？

模块三：如何正确了解客户的财务信息？

——三大财务报表解读

1. 财务报表实质及重要报表项目的解析
2. 资产负债表是什么？—“底子”
3. 利润及利润分配表是什么？—“面子”
4. 现金流量表是什么？—“日子”
5. 案例：现金为王原则与企业价值评估

模块四：客户的财务数据与指标分析

——财务专业术语解读

1. 客户的短期偿债能力分析
2. 客户的经营效率比率分析
3. 客户的获利能力

4. 客户的长期偿债能力
5. 案例：伟大的杜邦分析与沃尔玛的秘密

模块五：营销中财务管理与分析

——利用财务分析技术提升价值

1. 营运资金管理：库存，应收账款，应付账款
2. 项目价值分析：净现值、回收期、内部收益率
3. 盈利能力：毛利率，净利率，投资回报率
4. 成本分析与工具：盈亏平衡点的分析
5. 案例：伊利集团营销财务管理实践

模块六：应收账款与客户信用管理

——帮助客户建立信用而创造价值

1. 应收账款的实质和赊销管理的命脉
2. 建立合适的信用管理体系
3. 付款方式与优惠返利的设定、信用额度
4. 应收款的账龄分析与日常管理
5. 案例：应收账款管理的具体操作及拖账应对

模块七：营销预算与考核

——学会用货币化方式来做营销计划

1. 营销战略与营销计划的制定
2. 思路，框架与预算分解

3. 营销预算与考核、流程
4. 预算实务：营销费用、市场费用、物流费用
5. 案例：营销预算的编制与困局破解

模块八：营销人员的税务筹划

——从营销环节来帮助企业降低企业整体税负

1. 中国税法体系构成与分类
2. 企业重大税务风险分析
3. 纳税筹划的三大目标与三个节税工具
4. 销售佣金、回扣、提成、奖金的避税技巧
5. 案例：纳税筹划的设计平台与案例