

商业经营管理沙盘课程 (非生产企业)

(高端教学：实物沙盘模拟+软件运营分析)

- 主讲老师：刘宝林
- 培训对象：企业中、高层管理者
- 培训规模：20—60人
- 授课时间：2-3天 (12-18小时)
- 教学特点：学员模拟操作+软件运营+动态数据分析+讲师分析
点评

认识沙盘：

沙盘模拟培训是一种具有极强实战色彩的管理培训课程。是西方知名商学院借鉴军事演习，开发出的高端培训模式。军事演习是通过红、蓝两军在战略、战术上的不断对抗与较量，达到检验和提高指挥员作战能力的目的。而企业沙盘模拟培训则是由参加学习的企业中、高层经理组成几个相互竞争的模拟公司，围绕与培训主题相关的经营活动，完成演练与学习，达到共同提高的学习目的。

企业沙盘模拟演练课程是欧、美工商管理硕士的核心课程之一。欧、美、日等发达国家的众多大中型企业将其作为中高层的常设必修课程，目前，沙盘模拟培训已风靡全球，成为世界 500 强企业中高层管理人员经营管理能力培训的首选课程。

课程简介：

商业沙盘课程是根据商业的特性而开发的课程，商业兴起于先商时期的[商国](#)，形成初期是以物换物的方式进行的社会活动。后来发展成为以货币为媒介进行交换从而实现商品流通的经济活动。[现代](#)的商业分为线下以及线上两种，极大提高了交易的效率

商业的本质，就是发现需求，创造价值，满足需求，获得回报。那么，如何分析需求的大小、高低？竞争的烈度？以及风险的大小？从而进入之？企业的商品信息怎么传递到消费者那里去，让消费者了解我们，了解我们的卖点，了解我们的价值呢？当产品的信息传递给消费者，怎样和消费者互动、沟通，商务谈判呢。买卖达成，资金怎样流动？产品到达消费者手中，消费者对产品的体验感觉如何？

在充满竞争的商业环境里，如何获取竞争优势？

产品竞争、经营要素竞争、服务竞争、价格竞争、品牌竞争

角色扮演

CEO、品牌总监、销售总监、供应链总监、产品经理、财务总监、商业间谍

6个相互竞争的公司，开拓市场，营销客户，组织产品，获取利润。是人流、物流、资金流的汇聚。

商业经营管理沙盘模拟培训课程旨在通过运用现代沙盘教学方法，树立经营管理者的战略管理思想和理性决策意识，切实提升管理者分析环境、洞察市场、把握机会、制定战略、确立优势、改进绩效、提高效率、正确决策的能力。

模拟经营中，每个团队都要面对激烈动荡的市场环境，制定适应性发展战略，做出一系列的经营管理决策，在高强度的市场竞争中，模拟公司将遭遇各种各样的危机、约束、压力和挑战，参加培训的学员就是在经历模拟企业 5 年市场竞争的成功与失败过程中，培养战略管理能力，领悟经营决策真谛。每一年度经营结束后，同学们通过对“公司”当年业绩的盘点与总结，反思经营成败，解析战略得失，梳理管理思路，暴露决策误区，并通过多次调整与改进的练习，切实提高战略管理与经营决策水平。

培训意义和收获：

经过两至三天的学习，学员对商业的本质认识更加全面。对“**人、财、物、进、销、存**”之间的逻辑关系更加清晰。通过 5 轮持续的演练和调整，学员将获得商业经营运营的宝贵实践经验。

免疫范围：

标王病——脱离市场需求的过度营销
巨人病——过度扩张导致支付困难
贫血病——市场份额小、赢利能力低
脆骨病——过度依赖贷款、资金成本高
体虚病——规模不经济、效率低下、心有余而力不足

多动症——拍脑袋决策、思考不细致不连续、用“意识流”做生意决策
近视症——手边的事会做、跨部门的事束手无策、不会系统思考
立战略之高，明盛衰之道

商业沙盘运营流程：

1. 行政管理层:企业的规划、决策、管理、监督、考核、人员聘用与任免以及相关的人事管理、公关与企业形象推广、相关社会活动运营模式、融资、引资、福利、后勤、党建、工会、建设和形成企业精神和文化。
2. 品牌销售层:产品销售、市场开发新产品推广、情报收集、形象推广、产品监测、库品管理、用户服务。
3. 供应链：产品采购、管理、库品管理、外协加工管理、检测、产品检测、质量保证、数量清点。效率、管理、质量、成本、人员、生产、安全、设备、创新。
4. 技术层：为生产提供技术支持和保证、为销售提供技术支持和保证、情报收集、分析、处理、解析、技术创新、新产品开发、生产过程和生产产品的质量监测、人员技术培训。
5. 资金管理層:常规财务工作、资金使用的管理、监督、指导、考核、预警、融资、引资、生产经营成本的核算、考核。

课程大纲

- 资本、资产、损益的流程、企业资产与负债和权益的结构;
- 企业经营的本质 --- 利润与销售和成本的关系、增加企业利润的关键因素;
- 影响企业利润的因素 --- 成本控制需要考虑的因素;
- 影响企业利润的因素 --- 扩大销售需要考虑的因素;
- 脑力激荡 - 如何增加企业的利润?

- 产品需求的数量趋势分析;
- 产品销售价位、销售毛利分析;
- 市场开拓与品牌建设对企业经营的影响;
- 市场投入的效益分析;
- 企业如何制定财务预算 --- 现金流控制策略
- 如何制定销售计划和市场投入
- 如何根据市场分析和销售计划, 制定采购计划
-
- 如何进行高效益的融资管理
- 如何安排各个管理岗位的职能
- 如何对各个岗位进行业绩衡量及评估
- 理解“岗位胜任符合度”的度量思想
- 脑力激荡 --- 如何更有效地监控各个岗位的性能

- 企业经营成败关键因素—决策的制定
- 科学决策需要管理信息化的支撑
- 信息孤岛，信息集成及 ERP
- 企业整体的管理信息化（ERP）建设