

营销财务管理

黄海（2天）

课程背景

在经济增速放缓的市场环境下，毛利下降，成本上升，应收账款金额越来越大，订单也越来越难接。

如何激励营销人员？如何提升单店业绩？营销人员掌握哪些财务知识非常有用？如何销售定价？如何控制营销费用？如何降低应收账款？如何筹划营销人员的个人所得税？这些问题都是现代营销人员急需掌握的知识点。

课程收益

- 1、了解财务如何从营销的角度为公司创造效益的
- 2、读懂财务三大报表，熟知营销相关科目的使用
- 3、掌握日常工作中营销相关的财务知识
- 4、学会制定营销收入预算及营销费用预算的方法
- 5、掌握通过财务管理控制营销风险的方法
- 6、掌握依托财务管理提升中营销实体店效益的方法
- 7、学会控制营销费用的10大方法
- 8、掌握财务多维精准报价法
- 9、掌握客户信用等级评价法及精确拟定不同客户的信用额度
- 10、掌握催收应收账款的40个大招
- 11、对营销人员的全部收入做税务筹划，让更多的收入可以装入营销人员的口袋

课程对象：

营销副总、营销总监、商务总监、企划总监、分公司经理、营销经理、销售经理、区域经理、商务经理、企划部经理、营销人员、财会人员、信用管理人员、法务人员、清欠人员等

课程亮点：源于实战，运用视频、案例、讨论、点评等方法深入浅出地授课，提供落地表格、文档等工具模板

课程大纲

第一单元 财务管理是提升公司效益的核心举措

- 一、现代企业营销财务管理体系
- 二、财务管理是如何从营销的角度提升公司效益的

【案例】

第二单元 读懂三张会计报表（理解财务逻辑）

- 一、资产负债表总体逻辑及营销相关科目解读
- 二、利润表总体逻辑及营销相关科目解读
- 三、现金流量表总体逻辑及营销相关科目解读

【案例】

第三单元 营销老总必须掌握的财务基础知识

- 一、与销售相关的财务知识
- 二、如何分解产品成本
- 三、哪些业务可以取得增值税专用发票（附带清单）
- 四、报销技巧与发票管理的 14 个妙招
- 五、财务是如何计算销售人员业务提成的

第四单元、科学设置营销预算以及考核

- 一、如何制定营销目标的金额
- 二、营销预算是否应该跟收入挂钩？多少比例是合理的？
- 三、如何制定营销预算总额
- 四、营销预算不够用时如何巧妙分配

【案例】

- 五、财务如何对预算执行结果考核

第五单元 如何通过财务管理规避营销风险

- 一、做好预算-把营销活动当成项目来推动
- 二、找准核心-全力降本提效实现更大的销售利润
- 三、奖惩分明-衡量销售人员的标准是财务数据
- 四、当断则断--拒绝沉没成本

通过管理报表全过程监控营销相关数据并预警

【案例】

- 五、定期盘点营销相关资产及时止损

第六单元 基于财务数据管理下的精准营销与供应链体系

- 一、善用数据-找到人效、坪效、老客户获取、重复消费等的优势与不足
- 二、店铺财务数据维度决定管理深度
- 三、基于财务数据分析的营销落点与产品供应链管理
- 四、店铺的管理核心

第七单元 营销环节费用控制

- 一、年度计划控制
 1. 控制目的：计划目标；达成情况
 2. 销售分析；占有率分析；收入与费用比率；财务分析；顾客态度跟踪
- 二、盈利控制
 1. 控制目的：公司盈亏情况
 2. 分项盈利分析；产品地区顾客群分析；渠道分析；物流分析
- 三、效率控制
 1. 控制目的：经费开支效率；营销业务效率
 2. 分项效率分析；销售、广告、促销、分销等分析
- 四、战略控制
 1. 控制目的：营销机会利用；战略思路
 2. 专家分析；高层分析
- 五、控制营销费用 10 大方法

第八单元 掌握多维精准报价技巧

- 一、FMC 与 PMC：
- 二、营销报价与财务报价的利弊
- 三、报价需综合考虑的因素：

四、3 维报价方法

【工具模板】 报价套表

五、运用手段将亏损订单变盈利订单的技巧

【案例】

第九单元 5 个维度评价客户信用等级及拟定信用额度

一、信用风险分析与评估

二、企业信用风险事前控制

三、企业信用风险事中控制

【案例】

四、企业信用风险事后控制

【案例】

五、信用政策的确定

六、客户信用额度的制定

七、客户信用等级评估

【工具模板】 客户 ABC 分类评分表及相应的信用政策

第十单元 全程催收应收账款 40 大招

一、应收账款存在的问题

1、企业防范意识淡薄

2、企业内控措施不到位

3、企业应收账款管理失当

4、应收账款管理的三大误区

二、剖析不同类型客户心态

三、应收账款管理

1、应收账款产生的原因

2、应收账款管理 3+1 模式

3、应收账款管理工具

1 应收账款的跟踪管理 (RPM)

2 平均应收账款回收期 (DSO)

3 应收账款的总额控制

4、欠款催收的 3 大原则 (TSP)

5、应收账款催收工具 (标准催收 40 法)

【案例】

【工具模板】

第十一单元、营销人员税务筹划

一、营销人员涉及的主要税种

二、销售方式的选择及税务筹划

【案例】

三、销售合同的签订与税务筹划

【案例】

四、销售人员个人工资、提成与年终奖组合的个税筹划

【案例】

五、销售人员其他方面的个税筹划

【案例】

第十二单元、营销人员激励