

从财务角度看竞品分析

针对与此次培训内容的优势：

- ✓ 以讲师在欧美外企财务 BP 领域 7 年的工作经验为基础，结合销售、市场团队的具体需求总结、打造
- ✓ 案例基于真实发生且解决的具体问题。
- ✓ 特别适合：成熟企业针对不同产品生命周期的分析要求，或者中小企业或者大型企业某个产品导入阶段的市场分析

时长：2 天

受众对象：企业中高层管理团队、销售团队、市场团队及其他业务部门

具体课程提纲：

第一部分：竞品分析的基础与重要性

- **1.1 竞品分析的概述**
 - 定义与目的
 - 财务角度的特殊意义
- **1.2 竞品分析的重要性**
 - 企业战略决策
 - 识别市场机会和风险
- **1.3 财务数据在竞品分析中的作用**
 - 财务数据的客观性和可量化性

第二部分：竞品分析与财务指标的关联

- **2.1 单品、产线、渠道及经销商盈利**
 - 营收、毛利率、利润率
- **2.2 促销成本、市场反应**
 - 成本、费用
- **2.3 客户生命周期管理**
 - 推广成本、获客数量、流失率
- **2.4 获客成本**

第三部分：财务分析的基础框架

- **3.1 财务报表的基本构成**
 - 资产负债表
 - 利润表
 - 现金流量表
- **3.2 盈利能力分析**
 - 净利润增长率
 - 毛利率、净利率的对比

- 经营杠杆的影响
- **3.2 偿债能力分析**
 - 资产负债率、收现比、流动比率、速动比率
 - 利息支出 vs. 净利润
- **3.3 经营效率分析**
 - 存货周转率、应收账款周转率
 - 总资产周转率
- **3.4 投资回报分析**
 - ROE (净资产收益率)、ROA (资产收益率)、净资产增长率
 - 投资回收期
- **3.5 现金流分析**
 - 经营活动现金流
 - 自由现金流

第四部分：竞品分析的模型

- **4.1 传统角度**
 - 产品
 - 服务
 - 市场策略
 - 优劣势分析
- **4.2 前沿模型**
 - 新品研发
 - 品牌建设
 - 渠道
 - 用户
 - 成本定价
 - 财务分析

第五部分：透过案例看应用

- **5.1 综合财务分析与竞争定位**
 - SWOT 分析结合财务数据
 - 财务健康对企业竞争力的影响
- **5.2 战略决策与财务建议**
 - 市场进入与退出的财务判断
 - 产品线调整与资源配置
- **5.3 案例分析**
 - 实际案例讲解：如何通过财务数据进行竞品分析
 - 分组讨论与实操练习

第六部分：三步法轻松读懂竞品财务数据

- **6.1 看盈利**
- **6.2 看回款**
- **6.3 看现金**

第七部分：分组实战演练

- **7.1 学员分组进行简易财务分析**
- **7.2 结合真实财务数据进行实操演练**
- **7.3 实时数据分析与展示**

第八部分：高级财务分析与竞品策略

- **8.1 高级财务分析方法**
 - 杜邦分析法
 - 可比分析、趋势分析
- **8.2 竞争对手财务战略分析**
 - 价格战与成本控制
 - 投资策略与资本结构
- **8.3 财务预测与趋势分析**
 - 利用历史财务数据预测未来表现
 - 市场趋势与财务指标的关联分析

第九部分：财务数据的获取途径和技巧

- **9.1 如何获取竞品的财务数据**
 - 上市公司 vs. 非上市公司
 - 公开财务报表（年报、季报）
 - 数据库和第三方平台（如 Wind、彭博、雪球等）
- **9.2 其他方法和途径**

第十部分：综合案例分析与分组汇报

- 学员分组进行综合案例分析
- 各组展示分析结果并进行讨论—讲师点评

总结与 Q&A

- **课程总结**
 - 关键知识点回顾
 - 财务分析的局限性与补充手段
- **互动 Q&A**
 - 学员提问与解答