

<セミナー開催のご案内>

売上金額が最大になる 価格設定の方法

— 顧客の支持を得ながら価格を上げる方法は？ —

当セミナーは、メーカー各社、マーケティング会社、サービス関連会社のご担当者様に向けた内容となっております。特に、次の方にお勧めです。

- ・マーチャンダイザー
- ・マーケティングご担当
- ・商品開発ご担当
- ・調査部門

セミナーの狙い

出口の見えない不況時に起こる需要の減少、売上確保のために陥りがちな価格競争、しかしまだ収益を向上させる可能性はあります。売上規模を最大にする価格戦略がその解決策の一つです。本セミナーでは、市場を意識した価格設定の検討を行い、最も効果の高い顧客の支持を得る価格の導き出し方をご説明します。

<セミナー内容>

1. 商品における価格の役割
2. 価格設定の一般論
価格設定の3つのアプローチ
テリスによる価格戦略の分類
商品ライフサイクルと価格の設定
視点:顧客の価格関与について
3. 市場を意識した価格設定方法
6つの価格設定方法
各種価格設定方法比較
4. 顧客の支持を得る価格設定方法
PSSM分析(Price Segmented Sensitive measurement Analysis)
コンジョイント分析
事例

日 時: 平成23年10月13日(木) 18:50~21:00

会 場: フォーラム8 / 渋谷区道玄坂2-10-7
(渋谷駅 徒歩5分)

部屋番号等詳細はお申込みいただきました後、
お知らせいたします。

受講料: 5,000円(税込)
受講料は、当日ご持参ください。

定 員: 50名

お問い合わせ先

株式会社マーシュ 営業企画チーム 高橋

TEL 03-5433-0321 FAX 03-5433-0481

メール: info@marsh-research.co.jp

詳細・お申込みは <http://www.marsh-research.co.jp/seminar/index.html>

株式会社マーシュ

<セミナー趣旨>

無駄な価格競争からの脱却ポイント
価格設定に関する一般的知識
市場を意識した価格設定方法の学習
価格と顧客価値の関係を把握する方法

<講師>

千野 直志 氏

株式会社インターフェイス・スピン
シニアコンサルタント

市場調査、マーケティング分野で有名企業とのプロジェクトに多数関わり、スペシャリストとして活躍中。併せて大手企業や大学などでマーケティングやマーケティングリサーチ関連の研修・セミナーをおこなう。

開催日:

平成23年10月13日(木)

18:50 ~ 21:00

10分休憩あり

