

SHORT COURSE

Pricing Strategy

2 hari

Untuk menetapkan harga yang tepat, perusahaan perlu mengetahui bagaimana menentukan harga pokok dari suatu produk atau jasa. Biaya-biaya yang relevan harus dikenali dan diukur sehingga harga yang ditetapkan harus dapat menutup biaya-biaya tersebut serta tercapai target profit yang diinginkan.

Selain itu, faktor eksternal seperti sifat pasar, jenis persaingan, persepsi nilai pelanggan juga merupakan faktor yang tidak bisa dilepaskan dari pertimbangan harga.

tujuan

Dengan pembelajaran ini para peserta dapat memperlengkapi diri dengan:

- Pengetahuan untuk identifikasi dan analisa berbagai biaya dan unsur-unsur biaya dan penerapannya dalam situasi yang berbeda-beda.
- Penilaian keputusan harga produk / jasa baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang
- Ketrampilan menggunakan analisa model biaya sesuai kondisi
- Kemampuan untuk menetapkan harga pokok berdasarkan strategi ketika launching produk sesuai dengan target pasarnya.

peserta

Pelatihan ini diselenggarakan bagi:

- Marketing and Sales director
- Product Planning and Inventory Controller
- Production Manager
- Cost Accountant
- Financial Controllers and Manager

metode

Program ini berfokus pada diskusi interaktif antara fasilitator/ konsultan dengan peserta dan antar peserta. Studi kasus yang realistis serta simulasi yang menarik.

Maret 29 - 30

Agustus 30 - 31

Biaya:
Rp. 5.500.000

Waktu pelaksanaan:
08.30 - 16.00 WIB

SC