

09 価格

01 設定方針

01 適合性

01 価格設定方針・戦略はありますか。

Y 利益計画・販売計画に基づいた方針・戦略となっていますか。

N 利益計画・販売計画を達成するための方針・戦略を立てさせます。

02 価格決定では市場の状況と競争優位をまず考えていますか。

Y 主要製品についての価格決定のプロセスを検証します。

N 原価加算とか業績確保本位の価格決定では市場競争に耐えられません。

03 現状の経営計画や適正利益確保の観点から、価格決定方式の見直しの必要はありませんか。

Y 市場状況と競争優位をまず確認し、その上で適正利益確保のための価格決定方式を設定します。

N 価格は経営計画を構成する重要な要素です。その観点から価格決定方式も見直しが必要です。

04 価格設定ルールは製品・サービス特性に合っていますか。

Y 製品・サービスのどんな特性が、価格設定ルールに合っていますか。

N 価格設定ルールが、製品・サービス特性によって変わる例を挙げます。

02 設定手順

01 見積価格設定手順は確立していますか。

Y 手順がマニュアル化されていますか、また実際に守られていますか。

N 手続きがその都度あるいは恣意により変わることは危険です。マニュアル化が必要です。

02 見積価格設定手順のコンピュータ化は確立していますか。

Y 実際に価格見積りして見てください。処理内容・早さに問題はありますか。

N 迅速・正確な見積りのためにはコンピュータ化が必要です。手順の例を示します。

03 価格設定と原価・利益管理が連動していますか。

Y 実際に価格設定は、原価管理、利益管理にどう連動していますか。例示してください。

N 価格設定は原価・利益から生じる結果ではなく、それらを管理する上での重要な要素です。

02 競争力

01 他社比較

01 競合他社と比べて、価格の競争力がありますか。

Y 競争力の源泉はなんですか。優位の拡大または永続を図るためにはどうすれば良いですか。

N 競争力がない原因を分析し、これ以上不利にならないよう、早急に対策を取らせませす。

02 他社の製品・サービスに比べ、ユーザーにとってのコスト・パフォーマンスで優位にありますか。

Y 優位の拡大または永続を図る方策を検討させませす。

N なぜコスト・パフォーマンスが悪いかを明らかにし、改善を図らせませす。

02 値引きルール

01 値引きへの対応は、ルール化されていますか。

Y 値引き基準、処理方法は適切ですか。実例をもとに検証します。

N 恣意の値引きは大きな損失の原因となります。ルール設定はどうしても必要です。

03 新製品価格

01 新製品の価格設定は、戦略的に行われていますか。

Y 他社競合製品との比較、製品ラインでのポジション等から設定の戦略性を検証します。

N 新製品については、特に価格設定を戦略的に行うことが必要です。

04 非価格競争

01 非価格競争のための対策をとっていますか。

Y 製品・サービスの非価格競争上の強み、弱みを分析し、優位向上を図ります。

N 非価格競争における自社製品の問題点を示し、不利の挽回のための方策を検討させませす。