

22 – 23 maja 2018 r. WARSZAWA



ZARZĄDZANIE CENAMI W USŁUGACH FINANSOWYCH W EXCELU

WARSZTATY KOMPUTEROWE



OPIS SZKOLENIA:

Celem szkolenia jest przekazanie zarysu *state of art* w zakresie zarządzania cenami jak i ukazanie problematyki **praktycznego wdrażania optymalnych strategii cenowych**. W ramach szkolenia prezentowane są **praktyczne przykłady wykorzystania aplikacji Excel** w codziennej pracy służb finansowych, marketingowych, sprzedażowych czy kontrolingowych w bankach jak również w innych instytucjach finansowych ze szczególnym uwzględnieniem **parametrów cenowych oraz rentowności procesów, produktów i usług finansowych**. *W celu uczestnictwa w szkoleniu wystarczy jedynie podstawowa znajomość obsługi programu Excela 2013 lub 2010.*

Szkolenie pozwala uzyskać wiedzę w zakresie zarządzania cenami w branży bankowej, podstawowych modeli i metod cenowych, różnicowania cen, specyficznych zagadnień i problemów związanych z zarządzaniem cenami. Dzięki szkoleniu uczestnicy mają możliwość **nabycia praktycznych umiejętności z zakresu metod tworzenia zestawień i kalkulacji prognoz skutków finansowych oraz ocen rentowności produktów, usług oraz innych inicjatyw biznesowych w oparciu o aplikację Excel.**

METODA REALIZACJI SZKOLENIA:

Szkolenie jest realizowane w formie prezentacji zawierających zagadnienia merytoryczne związane z zarządzaniem cenami i oceną rentowności przedsięwzięć biznesowych, ćwiczeń praktycznych związanych z wykorzystaniem aplikacji Excel. W trakcie szkolenia uczestnicy w pierwszej kolejności szczegółowo poznają wybrane funkcjonalności aplikacji Excel, które następnie są wykorzystywane w ramach praktycznych ćwiczeń indywidualnych i grupowych polegających na budowie i analizie rozbudowanych przykładów ich zastosowania. Szkoleniu towarzyszy dyskusja i otwarta wymiana doświadczeń pomiędzy uczestnikami oraz ocena możliwości zastosowania alternatywnych rozwiązań biznesowych i analitycznych.



PROWADZĄCY SZKOLENIE

Piotr Cirin

Manager Produktu w Departamencie Klientów Małych Średnich Przedsiębiorstw w PKO Bank Polski S.A.

Na rynkach finansowych wzrosło znaczenie ceny, co jest pochodną zmian technologicznych, globalizacyjnych, wyrównania jakości produktów i usług, nasycenia rynków. Banki są zmuszone do stosowania ceny jako broni w walce konkurencyjnej. Stale rośnie presja na wykorzystanie ceny jako instrumentu marketingu. Aktualne główne problemy cenowe koncentrują się z jednej strony na kwestii aby dzięki coraz lepszym metodom pomiaru użyteczności jak najlepiej oszacować skłonności do akceptacji ceny, z drugiej zaś tak aby dzięki różnicowaniu ceny wykorzystać pełny potencjał zysku. Cena i polityka jej stosowania jako jedno z podstawowych narzędzi strategii konkurencyjnych w porównaniu z innymi instrumentami marketingu charakteryzuje się następującymi właściwościami: zmiany cen mają z reguły silny wpływ na sprzedaż i udziały w rynku, środki polityki cenowej można zastosować niezwłocznie, podczas gdy działania związane z rozwojem produktu i komunikacji wymagają dłuższego czasu, w wielu obszarach rynku bankowego popyt reaguje szybciej na środki polityki cenowej niż na pozostałe, konkurencja reaguje na zmiany cenowe nie tylko szybciej, lecz także silniej, niż na środki reklamowe, cena jest jedynym instrumentem marketingowym, który nie wymaga ponoszenia wydatków lub realizacji inwestycji. Te elementy czynią cenę skutecznym instrumentem sterowania sprzedażą, udziałem w rynku oraz zyskiem. Niewłaściwa polityka cenowa może generować liczne ryzyka – wadliwa ocena reakcji klientów oraz konkurencji na propozycje cenowe może spowodować trudno odwracalne błędy.

PROGRAM SZKOLENIA

Przegląd wybranych funkcjonalności aplikacji Excel pod kątem ich wykorzystania przy budowie analizy skutków finansowych i zarządzania cenami w sektorze usług finansowych

- Praktyczne aspekty i przykłady wykorzystania funkcji finansowych ramach rachunku rentowego (PMT, PPMT, IPMT, SPŁAC.ODS, SPŁAC.KAPIT, RATE, FV, PV, NPER, ISPMT) w zakresie parametrów i konstrukcji cenowych produktów kredytowych i depozytowych
- Ocena efektywności nakładów inwestycyjnych i stóp zwrotu - NVP, XNPV, IRR, XIRR
- Budowa modeli scoringowych oraz skłonności do zakupu w oparciu o wybrane funkcje statystyczne i matematyczne oraz regresję liniową REGLINP
- Główne elementy analizy – szybka analiza rozkładów statystyczny oraz ocena koncentracji (GINI)
- Case study – analizy rentowności produktu kredytowego i depozytowego

Podstawy zarządzania cenami:

- Strategiczna rola ceny - cena i użyteczność – filary transakcji ekonomicznej, skutki decyzji cenowej
- Determinanty kształtowania ceny
- Nieproporcjonalne oddziaływanie zmian ceny
- Cena w modelu marketingu mix - model 7P właściwości i znaczenie - cena jako reflektor sprawności produktu, komunikowania, pozycji w kanale

Determinanty i problemy zarządzania cenami:

- Cena optymalna – relacja Amoroso-Robinson, rachunek kosztów krańcowych
- Konsekwencje rozwoju technologicznego w usługach
- Optymalizacja dostarczania wartości
- Digitalizacja ekonomii i jej implikacje dla hiperkonkurencji
- Strategiczne zarządzanie cenami - relacje ceny i wartości dla klienta
- Ogólne strategie cenowe jako podstawa decyzji normatywnych
- Strategiczne i operacyjne opcje wdrażania strategii przewyższających (outpacing)
- Przesuwanie linii równoważności - Kluczowe pytanie: jak wygenerować najlepsze praktyki i zoptymalizować zysk z usług?
- Strategia skimming (spijanie śmietanki) i penetracji - wpływ obranych strategii cenowych na zysk
- Statyczne decyzje cenowe

Metody badań cenowych - techniki cenotwórstwa – metody optymalizacji cen:

- Metoda łącznego oddziaływania cenowych i poza cenowych czynników popytu (cojoint measurment)
- Analiza wrażliwości cenowej - Van Westendorp's Price Sensitivity Meter
- BPTO (Brand-Price Trade-off) - analiza bezpośredniego porównania marki
- DPA (Direct Price Acceptance) - określenie cenowej elastyczności cen produktów i usług
- Cenowa elastyczność popytu (price elasticity of demand)
- Twierdzenie Bernoulli'ego (utility) - oczekiwana użyteczność - „moralne oczekiwanie”
- Ekonomia behawioralna - teoria perspektyw (prospect theory) - rozróżnienie psychologicznej wartości zysku i straty

Metody i techniki inteligentnego różnicowania cen:

- Jednolita a nieliniowa technika ustalania cen
- Różnicowanie cen - od prostokąta do trójkąta zysków
- Wiązanie cen (price bundling) - formy czyste i mieszane
- CLV (Customer Lifetime Value) - wartość życiowa klienta

Strategiczne aspekty zarządzania cenami:

- Prawo Zipfa - prawo długiego ogona, Rozkład Benforda
- Strategiczne kierunki zarządzania finansami – wybrane aspekty ALM – Asset Liability Management
- Polityka cenowa firmy i modele cenowe
- Zasady ustalania cen w Internecie
- Opcje różnicowania produktu w ramach strategii internetowej
- Ocena skuteczności komunikacji marketingowej
- Wpływ inflacji na decyzje cenowe, wojny cenowe
- Dynamiczne zarządzanie cenami a konkurencja - cykl życia produktu, Hipoteza Rogersa, krzywa doświadczenia, optymalizacja strategii cenowych
- Optymalne strategie cenowe względem konkurencji na rynkach funkcjonujących
- Główne interakcyjne efekty zmian ceny i reklamy - asymetria relacji ceny i reklamy
- Zgodność cena-reklama a zyskowość
- Proces ustalania cen dla nowego produktu
- Zakres analizy cen – studium pozycji rynkowej i konkurencyjnej produktu
- Cena a zrównoważona karta wyników (Balanced scorecard)

PROWADZĄCY SZKOLENIE:



**Piotr Cirin-
Manager Produktu w Departamencie Klientów
Małych Średnich Przedsiębiorstw w PKO Bank
Polski S.A.**

Specjalizuje się w modelu finansowania małych i średnich przedsiębiorstw w ramach bankowych grup kapitałowych. Wcześniej pracował w Banku Zachodnim WBK SA oraz w spółkach leasingowych. Posiada 16 letnie doświadczenie zawodowe, uczestniczył we wdrażaniu i optymalizacji licznych produktów, usług i procesów bankowych - posiada certyfikaty PRINCE 2 Foundation i Practitioner. Ukończył Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Szczecińskiego, a także podyplomowe studia w zakresie rachunkowości na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego oraz studia Executive MBA w Oxford Brooks University, dyplom MBA „with distinction” oraz w Wyższej Szkole Zarządzania – The Polish Open University.

ZAPRASZAMY RÓWNIEŻ NA INNE SZKOLENIA:

- ◆ **CERTYFIKOWANY BANK PRODUCT
MANAGER**
19 – 20 KWIETNIA 2018
- ◆ **KYC I MONITORING RELACJI Z KLIENTEM**
20 KWIETNIA 2018

SZCZEGÓŁY NA www.certge.pl



ORGANIZATOR

Certified Global Education Sp. z o.o. jest firmą szkoleniową od lat obecną na polskim rynku kładącą nacisk na edukację biznesową popartą certyfikatami. Dąży do tego by być platformą szkoleniową udostępniającą klientom najwyższej jakości szkolenia ze wszystkich dziedzin zarówno w rozumieniu funkcjonalnym biorąc pod uwagę funkcje/działy w organizacji jak i branżowym uwzględniając specyfikę poszczególnych sektorów gospodarczych. Naszym celem nadrzędnym jest spełnianie potrzeb biznesowych naszych klientów poprzez realizację szkoleń o najwyższych standardach jakości bazujących na międzynarodowym know-how w zakresie edukacji biznesowej. Wszystkie budowane przez nas programy przygotowywane są w oparciu o szczegółowe badania rynku i analizowane są pod kątem ich praktycznej przydatności w biznesie. Trenerzy i prelegenci, których zapraszamy wywodzą się przede wszystkim ze środowisk biznesowych, nie brakuje wśród nich również prawników, autorytetów naukowych jak i przedstawicieli administracji publicznej.

ROZKŁAD ZAJĘĆ:

9:30 Rozpoczęcie szkolenia I dnia
9:00 Rozpoczęcie szkolenia II dnia
10: 30 Przerwa kawowa
12:30 – 13:15 Obiad
15:00 Przerwa kawowa
17:00 Zakończenie szkolenia I dnia
16:00 Zakończenie szkolenia II dnia

KONTAKT:

e-mail: info@certge.pl
Kom: 604 152 181, Tel. 22 651 80 75
Fax. 22 203 40 52

Zarządzanie cenami usług finansowych w Excelu

22 – 23 maja 2018 Warszawa

C0815

Imię i nazwisko: Imię i nazwisko:
 Stanowisko/Dział: Stanowisko/Dział:
 Tel.: Fax: Tel.: Fax:
 E-mail: E-mail:

Imię i nazwisko: Imię i nazwisko:
 Stanowisko/Dział: Stanowisko/Dział:
 Tel.: Fax: Tel.: Fax:
 E-mail: E-mail:

DANE DO FAKTURY

Firma:
 NIP: Ulica:
 Kod pocztowy: Miejscowość:

Prosimy o pisemne poinformowanie administratora bazy danych (faxem 22 230 40 52 lub drogą e-mailową: info@certge.pl) w przypadku, gdy nie życzą sobie Państwo otrzymywania tego typu informacji.

***WARUNKI UCZESTNICTWA, KOSZTY UDZIAŁU W SZKOLENIU PRZY ZGŁOSZENIU SIĘ:**

OSOBA AKCEPTUJĄCA UDZIAŁ

Imię i nazwisko:
 Stanowisko/Dział:

Do 27.04.2018	Od 28.04.2018
1595 PLN + 23% VAT Oszczędzasz 300 PLN	1895 PLN + 23% VAT

Oświadczam, że zapoznałem się z warunkami uczestnictwa*

i akceptuję je.

Data: Podpis:

Tel.: E-mail:

OSOBA DO KONTAKTU

- PODANIE JEJ DANYCH UŁATWI KONTAKT W SPRAWACH ORGANIZACYJNYCH

Imię i nazwisko:

Stanowisko/Dział:

Tel.: Fax:

E-mail:

Komu jeszcze, Pani / Pana zdaniem, możemy przestać informację o tym wydarzeniu

Imię i nazwisko:

Stanowisko/Dział:

Tel.: Fax:

E-mail:

Cena obejmuje: udział w szkoleniu, dokumentację, obiad podczas szkolenia, przerwy kawowe.
 Ceny nie zawierają kosztów parkingu i noclegów.

Udział pracowników jednostek budżetowych w szkoleniach jest zwolniony z VAT w przypadku finansowania w przynajmniej 70% ze środków publicznych. Prosimy w takim przypadku o przesłanie oświadczenia.

Oświadczam, że udział w zamówionym szkoleniu będzie opłacony w przynajmniej 70% ze środków publicznych.

Data: Podpis:

Warunkiem uczestnictwa jest dokonanie wpłaty przed kursem (w ciągu 14 dni od zgłoszenia) na konto
PKO Bank Polski S.A.: 08 1440 1387 0000 0000 1495 2551

W przypadku odwołania zgłoszenia w terminie krótszym niż 14 dni przed rozpoczęciem kursu uczestnik zostanie obciążony pełnymi kosztami szkolenia. Możliwe jest bezpłatne delegowanie zastępstwa nawet w dniu rozpoczęcia zajęć. W przypadku odwołania zgłoszenia w terminie dłuższym niż 14 dni przed szkoleniem organizator zwróci 100% dokonanej wpłaty. Organizator zastrzega sobie prawo do odwołania kursu z przyczyn niezależnych oraz dokonywania zmian w projekcie szkoleniowym. W przypadku odwołania kursu przez Organizatora zobowiązuje się on do pełnego zwrotu dokonanych wpłat.

Wyrażam zgodę na otrzymywanie informacji od CGE na podane adresy e-mail (zgodnie z ustawą z dn. 29 sierpnia 1997 o ochronie danych osobowych - Dz. U. z 2002r. Nr 101, poz. 926 z późn. zm.).

Data: Podpis: