

## カリキュラム

機密性2

機構施設名： 沖縄職業能力開発促進センター  
 実施機関名： 株式会社インソース九州支社

<b>C.営業・販売</b>	<b>顧客拡大</b>	<b>マーケティング志向の営業活動の分析と改善</b>
----------------	-------------	-----------------------------

<b>コースのねらい</b>	マーケティングの本質とマーケティング志向の営業活動を理解し、自社の商品又はサービスの価値を提供するに当たってのマーケティング志向の営業活動について、分析し、改善策の検討方法などを習得する。
----------------	--

講義 内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)	
	1	マーケティングの本質	1 営業の常識 【ワーク】営業としてのやりがいや楽しいと感じること、難しいと思うことを洗い出す (1) 営業の仕事とは (2) 成果のあがる営業に「いきあたりばったり」はない 【ワーク】効率的に営業活動を行ううえで、実践している原理(マイルール)を書き出してみる	1.0
	2	マーケティング志向の営業活動	2 マーケティング志向の営業活動 ～顧客視点の「ニーズ把握」 (1) ニーズを把握するためのフレームワーク (2) 考え、予測する習慣をつける (3) お客様の置かれている状況を知る 【ワーク】自身が担当するお客様についてチェックしてみる 【参考】外部環境の分析 【ワーク】今携わっている顧客の環境や、抱えている課題について書き出してみる (4) QCDRSで、お客様が重視するポイントを把握する 【ワーク】自身の顧客が重視するポイントや判断軸となる要素を書き出してみる 【ワーク】自社の主要商品の強みをQCDRSで整理する (5) 6W3Hで顧客のニーズを洗い出す	1.5
	3	営業活動の分析と改善	3 営業活動の分析と改善① ～数字に基づく「行動計画策定」 (1) 営業はサイエンス (2) 事実から必要な行動量を割り出す 【ワーク】直近1ヶ月間の営業活動を振り返り、必要な行動量を割り出す (3) 目標から必要な行動量を計算する 【ワーク】自身の目標について、どれだけの行動量が必要か考える 4 営業活動の分析と改善② ～論理に基づく「タイムマネジメント」 (1) 最大の資源は「時間」 【ワーク】営業活動を行った直近3日間を振り返り、自分の時間の使い方を洗い出す 【ワーク】1日の時間の使い方から、それぞれに費やした時間を計算してみる (2) 営業時間を最大化する 【ワーク】隙間時間にできる仕事を洗い出す (3) 1週間の計画の立て方～30マス週間計画表 【ワーク】これまでの内容を踏まえ、週間計画を立てる (4) 個人の時間管理を徹底する～日次計画表 5 まとめ	3.5
		合計時間	6.0	

<b>カリキュラム作成のポイント</b>
何件訪問すれば成果に結びつくのか、どのように時間を使えば最大の成果が出るのか、どんな視点でヒアリングをすればニーズが捉えられるのか等、「数字」や「思考のフレームワーク」のロジック(論理)に基づいて、営業としての成果の上げ方を論理的に学ぶ研修です。根性論やコミュニケーション論ではなく、数字に基づいた冷静な動き方や考え方を習得することができます。