

# マーケティング志向の営業活動の分析と改善

## 人材育成上の課題・目標

- ・お客様の声を新商品・サービスに反映できていない
- ・商品・サービスのラインナップが要望に応じきれていない
- ・自社の商品・サービスのセールスポイントを最大限活かせていない
- ・営業と生産部門間の意思疎通が図れていない
- ・営業活動の方法が個々でマチマチである
- ・営業のノウハウが共有化できていない
- ・ITを有効活用できていない



## 課題解決・目標達成を目指して

- ・マーケティングの本質を再確認する
- ・営業活動とマーケティングの関係を理解する
- ・顧客が求める新商品・サービスの提案方法を理解する
- ・営業活動の現状把握と分析方法を理解する
- ・営業活動の改善策を検討する
- ・自社における営業活動を標準化する
- ・ITの営業への導入・活用事例を知る

## コースのねらい

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。

## カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ マーケティングの本質	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングの基礎</li> <li>・マーケティングの考え方</li> <li>・顧客とニーズ</li> <li>・マーケティングの本質</li> </ul>
	■ マーケティング志向の営業活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客が求める商品とサービスの提案</li> <li>・ニーズと自社商品をつなぐ営業の役割</li> <li>・営業プロセスの標準化</li> <li>・ITを活用した購買行動の分析</li> <li>・顧客の信頼獲得と広報の活用</li> </ul>
	■ 営業活動の分析と改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>・営業活動の現状把握と分析</li> <li>・顧客が求める価値の分析</li> <li>・営業活動の改善策の検討</li> </ul>
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ニーズを踏まえた営業活動のプラン策定演習</li> <li>・顧客における購買思考に係るディスカッション</li> <li>・営業活動を分析し、改善策の検討</li> </ul>
	応用・実践要素（例）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングミックスについて</li> <li>・RFIDを用いた識別・管理の仕組み</li> <li>・マーチャンダイジングの実態</li> </ul>

## 日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース  
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース  
5,500円（税込）

※ 金額は、1名あたりの受講料です。  
※ 6～30時間の間で設定可能です。

## 推奨対象者

中堅層

## 関連コース

- C 営業・販売
  - ・統計データ解析とコンセプトメイキング
  - ・顧客分析手法
- C マーケティング
  - ・実務に基づくマーケティング入門
  - ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
  - ・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
- C 企画・価格
  - ・新サービス・商品開発の基本プロセス

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。