

ポリテクセンター秋田 生産性向上支援訓練カリキュラム

機構施設名：秋田職業能力開発促進センター

実施機関名：有限会社ネオリブラ

C. 営業・販売		提案型営業実践
	顧客拡大	
コースのねらい	自社もしくは自身の営業スタイルを認識し、顧客の不満や問題点、要望など、顧客の立場に合わせた提案書作成から顧客への提案実施・説明ができる能力を習得する。	

講義内容	「基本項目」		「主な内容」	訓練時間 (H)
	1	営業スタイル	<ul style="list-style-type: none"> 営業スタイルに応じたデータ分析と活用 プッシュ型の一般消費者への営業スタイルと、特定顧客への密着軸による提案営業スタイル、では、求められる営業活動が大きく変わってきます。自社の営業スタイルを棚卸しし、それに応じたデータ活用方法はどうか、再検討します。 顧客のタイプとそれに合わせたクロージング 契約の意思決定を行うのは「人」です。意思決定権者の人間的要素を無視した営業活動では、その効率も低下します。ここでは、顧客のタイプと意思決定権者のタイプ、それに応じたクロージング活動について学びます。 	1.0
	2	顧客の問題発見・解決の支援手法	<ul style="list-style-type: none"> 顧客満足度のポイントとそのレベル 企業経営の目的は顧客の創造です。顧客が想定していたレベルの満足度だけでは、次に向けた営業の機会を創造するだけのインパクトに繋がりません。感動や驚きを提供できる提案型営業活動とは何か、その勘所を再整理します。 顧客の問題発見と解決に向けた支援方法 顧客ニーズに対し、直接的な課題解決とプラスアルファの価値提供を行うことで顧客満足度を高めることができます。そのためには、顧客の立場に立ち顧客ニーズ（潜在的及び顕在化した）を発見する能力が求められます。ここでは、PMI法やSCAMPER法などについて習得します。 	2.0
	3	実践的提案のポイント	<ul style="list-style-type: none"> 提案活動の設計と企画書作成のポイント 営業活動は、いわば「顧客と物語を共有する」活動です。そのストーリーを仮設立案するための要素や効果的なセールスステップ、そして効果的な企画書、などの勘所について再確認します。 提案実践のポイント 様々なタイプの顧客に対し、個別対応の提案活動を行う支援ツールとして提案ストーリーのポイントをまとめたツールがあると効果的です。自社のツールとしてのアプローチグッズを検討し、概略の設計を行います。 	1.0
		演習	自社の営業活動のクロージングポイント、契約に至るまでの成功要因を棚卸します。	0.5
		演習	PMI法やSCAMPER法など、ワークシートを用いて自社の営業活動への適応方法を検討します。	0.5
		演習	設計した概略のアプローチブックを用い、提案活動のエクササイズを行います。	1.0
		合計時間		6.0