

カリキュラム

機構施設名：北海道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

C.営業・販売	顧客拡大	マーケティング思考の営業活動の分析と改善
----------------	-------------	-----------------------------

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思考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施行の営業活動について、分析し、改善策の検討方法を習得する。
----------------	--

講義内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)
講義内容	1 マーケティングの本質	成果を上げる営業とは (1)はじめに～営業の仕事とは (2)成果のあがる営業に「いきあたりぼったり」はない 【ワーク①】自身の営業活動を振り返り、意識できていることをチェックする 【ワーク②】特にどんなことが難しい、課題だと感じているか共有する (3)成果を上げる原理・原則 ①自社を取り巻く環境を分析する ②ターゲットを絞り込む ③顧客へ効果的に提案する ④顧客単価を上げる	1H
	2 マーケティング志向の営業活動	自社を取り巻く環境を理解する (1)自身のビジネスに関わる情報を集める (2)マクロ環境を分析する～PEST分析 【ワーク】自社のビジネスについて、どのようなマクロ環境の影響を受ける可能性があるか考える (3)ミクロ環境を分析する～3C分析 【ワーク】顧客(Customer)、競合他社(Company)、自社(Company)を分析する ターゲットを絞り込む (1)STPマーケティング (2)「S」～セグメント化 (3)「T」～ターゲット選定 (4)「P」～ポジションの確立 【ワーク】自身が扱っている商品・サービスの市場を分類し、今自身がターゲットとしているセグメントと今後攻めたいセグメントを選ぶ (5)重点顧客を決める～ABC分析 【ワーク】担当している顧客のアプローチ頻度を振り返る 顧客へ効果的に提案する (1)顧客視点に立つ (2)顧客の購入したいタイミングを逃さない (3)商品・サービスの強みを顧客視点で捉える 【ワーク】自社商品・サービスの「フィーチャー」と「ベネフィット」を表現する (4)顧客が重視するポイントを把握する～QCDRS 【ワーク】顧客の重視するポイントや判断軸を書き出し、アプローチの工夫を考える	3H
	3 営業活動の分析と改善	顧客単価を上げる 【ワーク】自身が単価を上げるために心がけていることを考える (1)顧客単価アップを図る (2)クロスセル (3)アップセル (4)パッケージセル 【ワーク①】自社の商品・サービスを一つ選び、顧客に響く組み合わせ例を考える 【ワーク②】セールストークを考え、ペアになりロールプレイングする	2H
合計時間			6H

カリキュラム作成のポイント
若手や中堅営業の方を対象に、自身の営業活動を振り返りながら、「目標を達成する行動ができていないのか」「戦略的で効率的な営業活動ができていないか」を徹底的に考えていただきます。

訓練に使用する機器等	
●機器・ソフトウェア(受講者用)	●機器・ソフトウェア(講師用・その他)
筆記用具	マイク ホワイトボード(2枚) ホワイトボードマーカー(赤、青、黒)
●使用するテキスト	●その他
オリジナルテキストを使用	

利用事業主に用意を求める機器等	備考
マイク ホワイトボード(2枚) ホワイトボードマーカー(赤、青、黒)	