

カリキュラム

実施機関名：株式会社インソース北海道支社

C. 営業・販売		マーケティング志向の営業活動の分析と改善		
顧客確定				
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。		
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	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「いきあたりばったり」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	2H
	2	マーケティング志向の営業活動	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 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	3H
	3	営業活動の分析と改善	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 まとめ	1H
			合計時間	6H

カリキュラム作成のポイント

成果を上げる営業職の姿を示し、その姿に近づく努力が普段からできているかをチェックすることで自身の課題点に気づくことから始めます。その後は自分たちが扱っている商品やサービスの優位性をPEST分析で把握し、3C分析で他社の脅威を捉えます。一定の営業経験を積んだ受講者の方に、さらに効果的な営業活動を行うための考え方を身につけていただく研修です。

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)	