

## 生産性向上支援訓練カリキュラム

|                 |                     |
|-----------------|---------------------|
| <b>C. 営業・販売</b> | 顧客の心を動かす提案力を身につけよう！ |
| 顧客拡大            | <b>提案型営業手法</b>      |

|         |  |
|---------|--|
| コースのねらい | 新規顧客、新商品・サービスの開拓ができる提案営業の手法を学び、実際の顧客を想定し営業側から能動的(自発型)な提案ができる営業手法を習得する。 |
|---------|--|

|    |  |
|----|--|
| 対象 | (初任・中堅層向け)<br><ul style="list-style-type: none"> <li>・受注型営業から脱却したい方</li> <li>・提案力を持った営業を行いたい方</li> </ul> |
|----|--|

| 講義内容 | 「基本項目」  | 「主な内容」  | 訓練時間(H)  |
|------|---|---|--|
|      | 1   | 提案型営業とは   | (1) 営業を取り巻く環境の変化<br>・商品・サービスの提供は「量」から「質」へ。<br>・「個別客へ最適解」が求められる時代の営業の役割とは。<br><br>(2) 提案営業、ソリューション営業<br>・提案営業とは？なぜ提案営業が求められるのか。<br><br>(3) 提案営業の基本的な考え方<br>・提案営業とは、「顧客ニーズの把握」と「解決策の提案」。<br>・最も大切なのは顧客ニーズの把握。<br><br>(4) 提案営業の進め方<br>・営業プロセスと注力点(事前準備とヒアリング)。<br>・意外に難しい「傾聴」、ヒアリングの方法。 |
| 2    | 顧客ニーズと自社商品・サービスの強み分析                                      | (1) 提案営業の目的は？⇒「増販」です<br>仮・増販策を科学的、合理的に作り上げるには。<br><br>(2) MECEの考え方とフレームワーク<br>・顧客ニーズと自社商品・サービスの強み・弱み分析。<br><br>(3) 自社の強み・弱み(SWOT分析など)<br>・顧客課題に自社がどう対応できるか明確にするための自社分析を行う。⇒SWOT、ロジックツリー、3C分析手法<br><br>(4) 顧客の心を動かすプレゼンテーション<br>・顧客の課題や潜在ニーズを明確にし、自社の強みを踏まえて、最適解をプレゼンするポイント。 | 3.0  |
| 演習   | 「傾聴」演習や、SWOT、ロジックツリー、3C等の分析を実際に行い、顧客の課題に対して提案内容を実際に組み立てる。 |   | 基本項目に含む  |
|      |   |   | 合計時間   |
|      |   |   | 6.0  |

|               |  |
|---------------|--|
| カリキュラム作成のポイント | 永年に亘る、自らの営業、営業企画業務を通じて得た知見を存分に盛り込みました。 |
|---------------|--|

|    |  |
|----|--|
| 備考 |  |
|----|--|