

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！
<b>顧客拡大</b>	<b>提案型営業手法</b>

<b>コースのねらい</b>	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。
----------------	--

<b>対象</b>	(初任・中堅層向け) ・受注型営業から脱却したい方 ・提案力を持った営業を行いたい方
-----------	--

	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)	
講義内容	1 提案型営業とは	(1) <b>営業全般の理解</b> ・営業の定義 ・営業の役割 ・営業の基本姿勢 ・営業の4つのモデル ・営業の種類(アプローチ・スタイル) ■考察 ある携帯電話ショップでの顧客対応事例  (2) <b>提案型営業の本質</b> ・目指すべき提案営業の姿 ・提案型営業とは能動的な売込みではない ・提案型営業の焦点 ■考察 ある営業部内の会話①② ■演習 カタログ通販会社への提案事例  (3) <b>顧客との関係性構築の為のスキル</b> ・自己開示の重要性 ・自分を知ることは難しい 『ジョハリの窓』解説 ・価値観は人それぞれ 多様性の尊重 ■ワーク ライフラインシートの作成 ■ワーク ソーシャルスタイル分析	3.0	
	2 顧客ニーズと自社商品・サービスの強み分析	(1) <b>自社の市場環境を知る(3C分析)</b> ・3Cの理解 ・市場と顧客の変化を知る ・業界分析、地位別戦略、ファイブフォース分析 ■ワーク 3C ピラミッド・ストラクチャー ■解説 2つのイノベーション  (2) <b>顧客ニーズの理解と問題解決</b> ・顧客ニーズを知るために、乗り越えるべき2つの壁(悩みのカベ・人のカベ) ・意思決定者する人は誰なのか(キーパーソンの認識) ・問題解決には順番がある ■演習 営業管理システムの提案事例 ■考察 人事部AさんとB課長の考察  (3) <b>自社の強み分析(SWOT分析)</b> ・自社の強みと弱み ・顧客が求める価値は何か？ ・われわれが顧客に提供できる価値は何か？ ■ワーク 自社の強み分析(SWOT分析) ■解説 高業績者のベンチマーク	3.0	
	<b>演習</b>	単元ごとに実施する“ワーク” “演習” “考察” “解説”等を■で記載しています。 ■考察・ワーク・解説 は気づきを促すための比較的短時間のセッション ■演習 は当事者となって自身で考え、グループで討議するメインのセッションで、前半と後半に配置しメリハリをつけます		基本項目に含む
			合計時間	6.0

<b>カリキュラム作成のポイント</b>
初任者層の皆様は営業の基本から提案型営業の本質の部分まで、実践的演習も織り交ぜながら幅広く学習していただきます。進行の工夫として、受講者の理解度を確認しながら、グループで考える部分と解説で補う部分のバランスをはかり、納得性の向上を目指します。多くの気づきを得ていただくように、投げかけの時間を多くとるようにしています。最後の振り返りの時間に各自発表することで、自分事として実践現場での活用にコミットしていただきます。

<b>備考</b>