

提案型営業手法

人材育成上の課題・目標

- ・ 自社商品・サービスの説明に終始する説明型営業やノルマ達成型、受注型営業から脱却したい
- ・ 顧客の的確な要望やニーズの変化に対応できていない
- ・ 顧客ニーズに対する自社商品・サービスのアピールができていない
- ・ 長く取引関係が築けるような提案力を持った営業担当を育成したい
- ・ できる営業マンが持つノウハウの伝承が難しい



課題解決・目標達成を目指して

- ・ 提案型営業の基礎知識を理解する
- ・ 提案型営業の成功例、失敗例を知る
- ・ 商品、サービスの強みと弱みを分析する
- ・ 「聴く」と「訊く」スキルを強化する
- ・ 高業績営業マンの行動を分析する

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。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ 提案型営業とは	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営業を取り巻く環境の変化 ・ 売る力と価値を提案する力 ・ 提案型営業の基礎知識 ・ 提案型営業の要素（仮説設定の考え方、提案に求められるスキル、課題の特定と対策）
	■ 顧客ニーズと自社商品・サービスの強み分析	<ul style="list-style-type: none"> ・ 3C（Customer、Competitor、Company）分析 ・ 市場・顧客の変化を知るファイブフォース分析 ・ 自社の強み・弱み（SWOT分析など） ・ 成功するための要因（Key Success Factor）
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・ ストーリー性のある提案書作成・シナリオ作成演習 ・ 面談ストーリーに基づくロールプレイング ・ 自社商品・サービスの強み発見と提案手法
	応用・実践要素（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「聴く」と「訊く」スキルの実践 ・ ITを活用した最新提案型営業の事例紹介 ・ 失敗ケースから原因究明と対応策の事例紹介

日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース
5,500円（税込）

- ※ 金額は、1名あたりの受講料です。
- ※ 6～30時間の間で設定可能です。

推奨対象者

初任層

関連コース

- C 営業・販売
 - ・ 提案型営業実践
 - ・ マーケティング志向の営業活動の分析と改善
 - ・ 顧客分析手法
- C マーケティング
 - ・ マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 - ・ マーケット情報とマーケティング計画（販売編）

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

063

ビジネス現場における交渉力

人材育成上の課題・目標

- ・いち早く顧客の要望を把握したい
- ・顧客の要望に的確に対応させたい
- ・交渉力を個人の資産とするのではなく、会社の資産にしたい



課題解決・目標達成を目指して

- ・交渉戦略演習により、素早く顧客の要望を引き出す方法を理解する
- ・WIN-WINを目指して、BATNAを想定した交渉術を理解する
- ・利益交換と創造的提案のためのシナリオ作成により、交渉に係るスキルを共有化する方法を理解する

コースのねらい

営業やサービスを提供する現場では、相手と接する時間の中で生産的なやりとりをしていくことが求められる。こうした対応力をもって生まれた性格によるものではなく、必要なビジネススキルの習得によって高まる対応能力であり、本コースでは現場の第一線で活躍が期待される社員がもつべき交渉スキルを習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ ビジネス ネゴシエーション	・交渉と折衝について ・交渉のタイプ (WIN-LOSE、WIN-WIN)
	■ BATNA (Best Alternative to Negotiated Agreement) を想定した交渉術	・BATNAとは ・BATNAを想定した交渉術
	■ 交渉戦略	・交渉計画の立て方 ・交渉戦略の構想化
	演習（例）	・交渉戦略演習 ・交渉のプロセスモデルの分析 ・利益交換と創造的提案のためのシナリオ作成
応用・実践要素 （例）		・やってはいけない交渉（ボルウェア交渉・痛み分け交渉） ・交渉に関する事例紹介

日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース
5,500円（税込）

※ 金額は、1名あたりの受講料です。
※ 6～30時間の間で設定可能です。

推奨対象者

初任層

関連コース

- C 営業・販売
- ・提案型営業手法
 - ・提案型営業実践

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

提案型営業実践

人材育成上の課題・目標

- ・顧客のタイプに合わせた営業ができていない
- ・法人リピーターがなかなか増えない
- ・顧客の抱える課題・問題点への対応方法が確立されていない
- ・顧客の立場にたった企画立案や提案書を作成したい
- ・売上げ向上に寄与するプレゼンテーション法を習得したい



課題解決・目標達成を目指して

- ・様々な営業スタイルを理解する
- ・顧客の問題発見・解決の支援手法を理解する
- ・提案の企画・設計のポイントを理解する
- ・事例に基づく実践的な提案書作成のポイントを理解する
- ・最新の営業プレゼンテーション技法を知る

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。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ 営業スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ・営業スタイルの種類とその特徴 ・営業データの分析 ・顧客のタイプ ・顧客タイプに合わせたクロージング方法
	■ 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レベル ・PMI法（PLUS、MINUS、INTEREST） ・フェルミ推定 ・オズボーンのチェックリストとSCAMPER法
	■ 実践的提案のポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・提案の企画・設計のポイント ・提案書作成のポイント ・提案実施・説明のポイント
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・提案型営業ストーリーの作成、ロールプレイング ・コンペ形式による提案実施・説明演習 ・課題克服のためのアクションプラン作成
	応用・実践要素（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客の課題の分類と対応策（ロジックツリー） ・最新の営業プレゼンテーション技法紹介 ・顧客にわかりやすい提案書の各種ノウハウの事例紹介

日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース
5,500円（税込）

※ 金額は、1名あたりの受講料です。
※ 6～30時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

- C 営業・販売
 - ・提案型営業手法
 - ・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
 - ・顧客分析手法
- C マーケティング
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
- C 企画・価格
 - ・新サービス・商品開発の基本プロセス

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

027

マーケティング志向の営業活動の分析と改善

人材育成上の課題・目標

- ・お客様の声を新商品・サービスに反映できていない
- ・商品・サービスのラインナップが要望に応じきれていない
- ・自社の商品・サービスのセールスポイントを最大限活かせていない
- ・営業と生産部門間の意思疎通が図れていない
- ・営業活動の方法が個々でマチマチである
- ・営業のノウハウが共有化できていない
- ・ITを有効活用できていない



課題解決・目標達成を目指して

- ・マーケティングの本質を再確認する
- ・営業活動とマーケティングの関係を理解する
- ・顧客が求める新商品・サービスの提案方法を理解する
- ・営業活動の現状把握と分析方法を理解する
- ・営業活動の改善策を検討する
- ・自社における営業活動を標準化する
- ・ITの営業への導入・活用事例を知る

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。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ マーケティングの本質	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングの基礎 ・マーケティングの考え方 ・顧客とニーズ ・マーケティングの本質
	■ マーケティング志向の営業活動	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客が求める商品とサービスの提案 ・ニーズと自社商品をつなぐ営業の役割 ・営業プロセスの標準化 ・ITを活用した購買行動の分析 ・顧客の信頼獲得と広報の活用
	■ 営業活動の分析と改善	<ul style="list-style-type: none"> ・営業活動の現状把握と分析 ・顧客が求める価値の分析 ・営業活動の改善策の検討
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・ニーズを踏まえた営業活動のプラン策定演習 ・顧客における購買思考に係るディスカッション ・営業活動を分析し、改善策の検討
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングミックスについて ・RFIDを用いた識別・管理の仕組み ・マーチャンダイジングの実態

日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース
5,500円（税込）

※ 金額は、1名あたりの受講料です。
※ 6～30時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

- C 営業・販売
 - ・統計データ解析とコンセプトメイキング
 - ・顧客分析手法
- C マーケティング
 - ・実務に基づくマーケティング入門
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
- C 企画・価格
 - ・新サービス・商品開発の基本プロセス

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

028

統計データ解析とコンセプトメイキング

人材育成上の課題・目標

- ・アンケート結果や各種統計データなどを商品開発や営業に活かしていない
- ・根拠に基づいた計画的な営業活動ができていない
- ・顧客や社員のアイデアを営業に活かしていない
- ・営業方針が全社的に統一されていない



課題解決・目標達成を目指して

- ・データ解析・分析手法を理解する
- ・コンセプトメイキングを理解する
- ・データ分析に基づく営業手法を理解する
- ・営業企画書の作成方法を理解する

コースのねらい

統計的データの解析法と活用方法、コンセプトメイキングの方法を理解し、各種エビデンスに基づく、営業企画書作成方法を習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ 統計的データ解析法と活用	<ul style="list-style-type: none"> ・1次元データ分析 ・2次元データ分析 ・多変量解析
	■ コンセプトメイキング	<ul style="list-style-type: none"> ・情報収集・分析 ・コンセプトメイキング
	■ 営業企画書作成	<ul style="list-style-type: none"> ・企画書の作成手順 ・ターゲットの設定 ・各種表現技法 ・企画書の作成法
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・統計的データ解析演習 ・情報分析とコンセプトメイキングの問題点の検証 ・自社のコンセプトに基づく企画書作成演習
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・営業としての財務分析について ・ビッグデータの活用によるコンセプトメイキング ・データマイニング手法

日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース
5,500円（税込）

※ 金額は、1名あたりの受講料です。
※ 6～30時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

- B 組織マネジメント
- ・ナレッジマネジメント
- 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
- ・顧客分析手法
- C マーケティング
- ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
- ・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
- C 企画・価格
- ・新サービス・商品開発の基本プロセス

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

オンライン営業技術

人材育成上の課題・目標

- ・対面営業との違いを知りたい
- ・新たな新規顧客の開拓方法を知りたい
- ・オンライン営業時の顧客からの情報（ニーズ）の収集方法を知りたい
- ・テレワークにおけるチーム連携を強化したい

課題解決・目標達成を目指して

- ・様々なオンライン営業の方法を理解する
- ・対面営業とオンライン営業の違いを理解する
- ・テレワーク時における社内の情報共有の方法を理解する

コースのねらい

テレワーク時に必要な営業コミュニケーション方法を理解し、テレワークに適応した営業技術を習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ オンライン営業概論	・オンライン営業に関するよくある誤解 ・テレポとの相違点 ・アウトサイドセールスからインサイドセールスへ
	■ 顧客開拓	・社内の顧客情報の整理 ・商品紹介手法の多様化 ・顧客のスクリーニング（審査、選別）
	■ 顧客とのリレーション	・顧客と営業担当との関係性の変化 ・オンライン営業による顧客対応方法
	■ 社内の情報共有	・進捗管理の方法 ・各種営業ツール(SFA、CRM) SFA：営業支援システム CRM：顧客関係管理
	演習（例）	・オンライン営業の営業戦略作成演習 ・オンライン営業実演 ・インサイドセールス実践（メルマガ作成）
応用・実践要素（例）		・商品紹介動画の活用 ・中小企業におけるCRMの導入事例 ・オンライン営業特化型企業の実践と課題

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース
5,500円（税込）

※ 金額は、1名あたりの受講料です。
※ 6～30時間の間で設定可能です。

推奨対象者

初任層、中堅層

関連コース

- A バックオフィス
・テレワークを活用した業務効率化
- C 営業・販売
・提案型営業手法
・提案型営業実践
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・顧客分析手法
- C マーケティング
・インターネットマーケティングの活用
- D 情報発信
・オンラインプレゼンテーション技術

使用機器等

パソコン、Web会議用ソフト

顧客分析手法

人材育成上の課題・目標

- ・購買パターンが掴みきれていない
- ・売上げに繋がる効果的な販促ができていない
- ・過剰在庫が常態化している
- ・ITを活用した顧客データの分析ができない



課題解決・目標達成を目指して

- ・データマイニング手法を理解する
- ・顧客分析手法を理解する
- ・ITを活用したデータ解析手法を理解する
- ・ITを活用した購買予測方法を理解する

コースのねらい

データマイニング手法の活用方法を理解し、ITを活用した営業、マーケティングのための予測方法を習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ データマイニングの適用効果	<ul style="list-style-type: none"> ・売上高向上（販促効果分析、売上予測、併せ買いパターン） ・コストダウン（適正在庫、ロスの削減） ・顧客満足向上（アンケート分析、顧客囲い込み）
	■ 顧客分析（セグメント、購買パターン、バスケット、販促効果）	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客セグメンテーション ・顧客購買パターン分析 ・ショッピングバスケット分析 ・販売促進効果測定 ・棚割、レイアウト変更
	■ 分析手法（クロス集計、相関・回帰分析、要因分析）	<ul style="list-style-type: none"> ・クロス集計分析 ・相関、回帰分析 ・予測、要因分析
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・購買パターン分析演習 ・データマイニング手法導入における問題点検証 ・自社のデータマイニング適応範囲の企画
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・テキストマイニングについて ・ビッグデータを有効活用した事例紹介 ・データマイニングを活用した市場動向調査

日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース
5,500円（税込）

※ 金額は、1名あたりの受講料です。
※ 6～30時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

- B 組織マネジメント
 - ・個人情報保護と情報管理
- 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
 - ・統計データ解析とコンセプトメイキング
 - ・顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析
- C マーケティング
 - ・実務に基づくマーケティング入門
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

045

顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析

人材育成上の課題・目標

- ・顧客満足の本質が掴めていない
- ・顧客とのコミュニケーション不足
- ・CS向上が全社的に取り組めていない
- ・CSに関する調査の方法がわからない
- ・顧客満足度調査の結果が分析できていない



課題解決・目標達成を目指して

- ・CSの本質、目的を理解する
- ・CS向上のための社内体制の構築方法を理解する
- ・CS調査の実施手順を理解する
- ・CS調査結果の読み方、活用方法を理解する

コースのねらい

顧客満足の本質を理解することで、顧客満足度の把握とデータ分析とその活用方法についての知識と技能を習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ 顧客満足の本質	<ul style="list-style-type: none"> ・CS（Customer Satisfaction）経営の背景と必要性 ・顧客満足の意義 ・顧客の定義
	■ 顧客満足のための社内体制	<ul style="list-style-type: none"> ・CS経営の進め方 ・CSと企業文化 ・権限委譲 ・苦情対応
	■ 顧客満足度の把握とデータ活用	<ul style="list-style-type: none"> ・CS度把握の方法 ・CS調査の実施と調査表の作成 ・CSデータ分析と活用 ・企業理念とビジョン
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・課題を用いたCSデータ分析演習 ・効果的なCS調査表の作成演習 ・職場におけるCS向上のためのグループ討議
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・顧客満足度調査に特有のアンケートテクニック ・CS度把握に係る最新動向 ・CSデータを有効活用した事例紹介

日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース
5,500円（税込）

※ 金額は、1名あたりの受講料です。
※ 6～30時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

- C 営業・販売
- ・顧客分析手法
- C マーケティング
- ・実務に基づくマーケティング入門
- A バックオフィス
- ・IoT導入に係る情報セキュリティ
- B 組織マネジメント
- ・個人情報保護と情報管理

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

030

実務に基づくマーケティング入門

人材育成上の課題・目標

- ・商品・サービス開発がスムーズに進まない
- ・自社商品・サービスの市場価値が下がっている
- ・顧客ニーズを的確に掴めないため売り上げが落ちている
- ・マーケティングと経営戦略の関連性が乏しい
- ・顧客の変化にセールス方法が対応できていない
- ・社員が自部署の業務のみに専念し全社的な考えが乏しい



課題解決・目標達成を目指して

- ・マーケティングの意義や基礎知識を習得する
- ・市場調査・分析の見直し方を理解する
- ・商品・サービスの開発から販売までの流れの確認と戦略の立て方を理解する
- ・競合他社との差別化とブランドイメージを向上する方法を理解する
- ・顧客満足向上のための企画書作成方法を理解する

コースのねらい

実務に基づいたマーケティング活動を行うため、マーケティングの基礎知識、マーケティング業務の流れを理解し、企業内での自部署だけでなく、企業全体で顧客を満足させるマーケティング手法を習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ マーケティングの基礎知識	・マーケティングの意義 ・マーケティング用語
	■ 市場調査・分析	・マーケットリサーチ ・市場分析 ・顧客満足（価値）の向上
	■ 商品・サービスの開発・販売	・製品開発戦略 ・コンセプトメイキング ・プロモーション ・セールス
	■ 価値を高める商品戦略	・ブランドマネジメント ・サービスマーケティング ・売上向上、競合他社
	演習（例）	・顧客受けするプロモーションの企画演習 ・コンセプトメイキング作成演習 ・自社商品（サービス）に向けた戦略アプローチの提案演習
応用・実践要素（例）		・マーケットリサーチ（市場調査）関連法律について ・メディア戦略の紹介 ・ブランドマネジメントの成功例

日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース
5,500円（税込）

※ 金額は、1名あたりの受講料です。
※ 6～30時間の間で設定可能です。

推奨対象者

初任層

関連コース

- 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
- ・顧客分析手法
- ・顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析
- C マーケティング
- ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
- ・インターネットマーケティングの活用
- C 企画・価格
- ・製品・市場戦略
- ・新サービス・商品開発の基本プロセス

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

マーケティング戦略概論

人材育成上の課題・目標

- ・マーケティングの意義が周知されていない
- ・自社のCSRがマーケティングに反映されていない
- ・産業・商業構造の変化に対応できていない
- ・マーケティングマネジメントができていない



課題解決・目標達成を目指して

- ・消費者問題及び企業の責任を理解する
- ・インターネット時代の消費者対策を理解する
- ・環境分析（外部／内部、SWOT）方法を理解する
- ・市場とターゲットの選定方法を理解する
- ・4P（製品、価格、流通、プロモーション）戦略の見直し方法を理解する
- ・自社のマーケティング戦略の現状分析と評価方法を理解する

コースのねらい

マーケティングの意義、CSR（企業の社会的責任）とマーケティングの結びつきについて理解し、マーケティング戦略の概要を習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ 消費者主義のマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者問題とコンシューマリズム ・サービス化の進展 ・消費者対策
	■ CSR（企業の社会的責任）	<ul style="list-style-type: none"> ・流通と消費者への責任 ・エコロジカルマーケティングへの対応 ・情報化の進展と企業の責任
	■ マーケティング戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・企業のマーケティング戦略と対応 ・マーケティング戦略の意義 ・プッシュ戦略とプル戦略 ・市場の細分化 ・マーケティングミックスの構成要素
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者問題の洗い出し ・CSRにかかるグループワーク ・マーケティング戦略における課題の検討
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・グリーン購入法について ・クラウドを活用したマーケティング戦略 ・マーチャンダイジングの概要について

日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース
5,500円（税込）

※ 金額は、1名あたりの受講料です。
※ 6～30時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

- A バックオフィス
 - ・クラウド活用入門
 - ・クラウドを活用したシステム導入
- B 組織マネジメント
 - ・eビジネスにおけるリーガルリスク
- C マーケティング
 - ・マーケティング戦略概論
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
 - ・インターネットマーケティングの活用

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。