

カリキュラム

C.営業・販売	顧客拡大	027. マーケティング志向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)	
講義内容	1	マーケティングの本質	(1) マーケティングの基礎 マーケティングとはなにか？ 広義のマーケティングとは？ 狭義のマーケティングとは？ マーケティングコンセプトの変遷。  (2) 顧客とニーズ ニーズ、ウォンツ、シーズと顧客の関係をしっかり理解する。ウォンツから本質的ニーズを探り、シーズで提案コンセプトを組立てる。  (3) マーケティングの考え方 ①市場調査・分析、②製品・価格、③プロモーション、④販売チャネル、⑤顧客・環境関係の諸活動 というマーケティングの考え方を理解する。  (4) マーケティングの本質 競合と比較して、自社が顧客から選ばれる理由を把握する、なければそれを作り出す---というマーケティング戦略を理解する	1.5
	2	マーケティング志向の営業活動	(1) 顧客が求める商品とサービスの提案 マーケティングにおける4Cを理解する。(Customer Value, Cost, Convenience, Communication)  (2) ニーズと自社商品をつなぐ営業の役割 営業の役割(信頼関係構築、顧客の課題発見・理解、課題解決方法の提案)を理解し、実践できるようにする。  (3) 営業プロセスの標準化 標準化は、スキルレベルの底上げに繋がり、営業管理システムを通して、効率化の達成も図りやすくなる。  (4) ITを活用した購買行動の分析 インターネット経由の購買行動モデル(AISASモデル)を理解して、カスタマージャーニーマップを作り、顧客を分析できるようにする。  (5) 顧客の信頼獲得と広報の活用 広報戦略を理解して、顧客の信頼獲得に繋げる。 Twitter, Facebook, Instagram, LINEのSNSマーケティングを理解する。	1.5
	3	営業活動の分析と改善	(1) 営業活動の分析と改善 営業分析の基本(動向分析、要因分析、検証分析)を理解する。営業分析の精度を高める手法(KPI分析、エリア分析、行動分析)。  (2) 顧客が求める価値の分析 ①基本価値、②期待価値、③願望価値、④予想外価値を理解する。 「顧客が受け取る価値」と「顧客が支払う価値」を理解する。  (3) 営業活動の改善策の検討 現状の営業プロセスを整理し、把握する。全見込み客数から受注数まですべてを数値で表して、営業活動を見える化し、改善策を検討する。	2.0
	演習	①八百屋を営んでいる3代目経営者として、マーケティング戦略を立案する マーケティング戦略の立て方を習得して、実際に自分の担当事業について戦略を立案できるようにする ②カスタマージャーニーマップ作成を習得して、自分の担当顧客についてマップを作成する この演習によって、顧客を再認識し、受注精度を高める戦略策定に繋げることを目的とする ③自分の営業プロセスをまとめ、現状分析を行い、顧客の求める価値を明確にし、営業活動の改善策を検討する 営業プロセスをまとめることが、営業活動の改善策に繋がり、競合との差別化を実現できることを理解する ④ロールプレイで営業活動の疑似演習を行う 「顧客価値」提案の営業交渉力を疑似体験させる	1.0	
合計時間			6.0	

カリキュラム作成のポイント
営業の改善は「感覚」や「精神論」で語るのではなく、プロセスや数値の把握により営業を科学することで、飛躍的に向上させることが出来る事をまず理解させる。すなわち営業プロセスを「見える化」する手法を解説して、実際に自分の営業活動を改善できるようにさせる事である。演習を通して、実際の担当している件名について、自分の営業プロセスをまとめさせ、そこから①課題発見/解説、②各プロセスの達成すべき指標の明確化をさせ、改善につなげる。

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)
なし	・PC OS: Windows10 アプリケーション: Microsoft Office 2016 PowerPoint
●使用するテキスト	●その他
自作テキスト	

利用事業主に用意を要する機器等	備考
・プロジェクター ・スクリーン ・ホワイトボード	