

## カリキュラム

機構施設名：岡山職業能力開発促進センター  
実施機関名：(株)中尾経営

<b>C. 営業・販売</b>	<b>マーケティング志向の営業活動の分析と改善</b>
顧客拡大	

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あ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、改善策の検討方法を習得する。
---------	--

	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)
基本要素	1 ■ マーケティングの本質	(1)マーケティングの基礎・考え方 ・マーケティングとは何か？商品・サービスはなぜ売れるのか？購買行動のプロセス、マーケティングとセールスの違い、などの基礎的な考え方をレクチャーする。 (2)顧客とニーズ ・顕在ニーズ、潜在ニーズ、表欲求、裏欲求の説明を行い、どんな顧客がどんなニーズを持っているのか？を説明する。 (3)マーケティングの本質 ・インサイトの概念の説明、マーケティングの本質とは顧客インサイトを見つけ出し、適切なアプローチをできるようにする事。 【演習】顧客における購買思考に係るディスカッション ・今まで関わって来た顧客の顕在ニーズ、潜在ニーズ、インサイトを共有し、自社はどのような価値を提供しているのか、自社の顧客は誰か？今後どうしていけば良いのか？などをディスカッションする。	2.0
	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 顧客が求めている商品、サービスの特定の仕方をレクチャーし、効果的な提案のポイントをレクチャーする。 (2)営業プロセスの標準化 営業プロセスを標準化する目的を共有し、営業プロセスの見える化を行い、カスタマージャーニーのどの部分でどういう行動を行うのか？という営業プロセスの標準化のレクチャーを行う。 (3)ITを活用した購買行動の分析 RFM分析、デシル分析、バスケット分析などの分析手法を紹介。どういう時に適した分析なのか？分析のやり方をレクチャーする。 【演習】ニーズを踏まえた営業活動のプラン策定演習 ・情報収集、分析、施策の検討までの一連の流れを自社に落とし込むとどうなるのか？それによって顧客に堂アプローチするのか？までのプランを作成する。	2.0
	3 ■ 営業活動の分析と改善	(1)営業活動の現状把握と分析 「現状見えるかシート」を活用し、現状の営業プロセスの把握を行い、改善ポイントを明確にするための分析方法をレクチャーする。 (2)顧客が求める価値の分析 「売上構造分析」や「顧客ヒアリング」から顧客がどのような価値を求めているのか？分析を行う。 (3)営業活動の改善策の検討(レクチャー) 営業活動を各プロセスに分解し数値化する方法をレクチャー、改善する方法を紹介する。 【演習】営業活動の改善策の検討 ・各自の営業活動をプロセスに分解し、どの部分を改善すれば効率的に顧客をまわることが出来るか？成約率を高める事が出来るか？会社全体としてどんな取り組みをして行けば良いか？などをディスカッションする。	2.0
		合計時間	6.0