

生産性向上支援訓練カリキュラム(案)

機構施設名： 沖縄職業能力開発促進センター
 実施機関名： パナソニックエレクトリックワークス創研(株)

C. 営業・販売	顧客拡大	提案型営業手法	主な受講者層
			初任層

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。
---------	--

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 ・環境変化への対応 ・営業に求められること(AIには解決できない魅力) ・リモート環境をチャンスに活かす方法 (2) 営業とは何か ・営業の定義 ・営業の種類(アプローチ・スタイル)(アクション・スタイル) ・営業の役割 (3) 提案型営業とは ・提案型営業についての誤解・・・先取性の意味 ■ある営業部内の会話①② ・仮説と時間軸の視点	3.0
	2	顧客ニーズと自社商品・サービスの強み分析	(1) 顧客の理解 ・BtoC営業とBtoB営業の違い ・購買プロセスの理解 ・顧客のタイプ別分析(ソーシャルスタイル) (2) 問題解決のスキル ・TAPSの考え方(あるべき姿と現状のGAP) ■人事部Aさんの考察 ・実践的問題解決は四段論法で (3) 自社の強み・弱み ・3Cの理解(バリュー・プロポジション) ・SWOT分析 ・自社が選ばれる理由	3.0
演習	・3Cについて考えるワーク ・営業現場でよくある事例を参考にグループ討議 ・自社の強みを分析するワーク 単元ごとに 長短織り交ぜ変化をつけます			

応用・実践要素		合計時間	6.0
---------	--	------	-----

カリキュラム作成のポイント
 初任層対象ということで、経験の浅い方やこれから取り組まれる方を想定。環境の変化や営業に求められることや営業の基本営業のいろいろなスタイルや役割を理解していただき、誤解の多い”提案型営業”と”売り込み営業”の違いを明確にし自信をもって営業活動していただけるよう、わかりやすく解説いたします。
 本研修の特徴・・・事例やワークを多用することで、周囲からの刺激や自らの気づきを促すことに重点を置いています。