

## カリキュラム

機構施設名： 沖縄職業能力開発促進センター  
 実施機関名： 合同会社ヤオヨロステック

|         |      |         |
|---------|------|---------|
| C.営業・販売 | 顧客拡大 | 提案型営業手法 |
|---------|------|---------|

|         |  |
|---------|--|
| 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(自発的)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) 提案型営業の定義と従来型営業との違い<br>・現状の環境変化について冒頭で触れ、従来型営業である説明型・ノルマ達成型・受注型からの脱却の必要性を認識させ、営業担当が主導権を握り、能動的に顧客へアプローチする重要性を解説する。<br>(2) 提案型営業のメリットと必要なマインドセット<br>・「短期的な営業」ではなく、顧客・取引先と長期的な視点での信頼構築・長期的な取引関係の醸成を行うメリットについて考察する。<br>・“自社都合”ではなく“顧客視点”の価値提供について解説する。<br>(3) 事例紹介:成功している企業の提案営業の特徴<br>・事例のポイントとしては、できる営業マンのノウハウを共有・学習する仕組みづくりや付加価値の高い提案で顧客満足度を高める方法について紹介する。<br>(4) 提案型営業を実践するための基本ステップ<br>・営業プロセス全体像(アプローチ→ヒアリング→提案→クロージング)の基本ステップ・流れについて解説し、事前準備の重要性と情報管理について事例、演習を通して理解を深める。 |
| 2    | ■ 顧客ニーズと自社商品・サービスの強み分析 | (1) 顧客ニーズの把握と潜在ニーズの見極め<br>・ヒアリング・質問力を高めるための具体的手法(3C分析など)について解説し、顧客の課題や要望の変化を察知するための情報収集について演習を通して整理する。<br>(2) 自社商品の強み・価値の再認識と差別化ポイント<br>・自社の周辺環境や長所と短所を知り(SWOT分析)、提案型営業の材料として整理の仕方を解説する。<br>・演習を通して客観的に自社について分析を行う。<br>(3) バリュープロポジションの構築<br>・顧客の課題と自社の強みを結びつけるロジック作りと説明型に留まらない“課題解決提案”の組み立て方について解説する。<br>・事例から具体的な組み立てについて考察する。<br>(4) 提案内容の具体化とシナリオ作成<br>・プレゼンテーションや提案書で顧客の興味を引くストーリー構成や顧客がイメージしやすい数値・エビデンスの提示と、導入効果の明確化に関するテクニックについても紹介し、ロールプレイングを実施。 | 3.5   |
| 合計時間 |                        |  | 6.0   |

|               |  |
|---------------|--|
| カリキュラム作成のポイント | ・働く環境の変化や日本の現状、DXの必要性をイメージさせた上で、基礎的な知識習得を図り、一方的な知識ではなく、双方向や演習を通じて、現場で実践活用できるようにするための演習を挟みます。具体的には、事例を通してそのポイントや過程について考察し、ロールプレイングなど実践を想定した演習を実施します。資料についてもテキストだけでなく、動画やWebページ、具体的なツールなどを使用し、より具体的なイメージを持ってもらうようにします。 |
|---------------|--|