

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： 日本能率協会コンサルティング

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)
	1	マーケティングの本質	(1) マーケティングの基礎知識の確認 ① マーケティングとは何か ② マーケティングの変遷 ③ 4P・3C分析・ONE TO ONE ④ サービス・マーケティング (2) マーケティングの新たな考え方・企業実践事例 ① 顧客志向から価値共創へ(サービス・ドミナント・ロジック) ② 製造業のサービス化 ③ ITを活用したお客さま情報の収集・分析・活用 ④ 企業実践事例紹介 (演習-1) 3C分析による自社マーケティング課題の確認	2.5
	2	マーケティング志向の営業活動	(1) マーケティング志向の営業活動の考え方・実践方法 ① 顧客満足(CS)実現の基本的な考え方・進め方 ② 顧客満足(CS)経営実践事例の紹介 (2) マーケティング志向の営業活動における分析手法 ① 自社マーケティング戦略仮説の検討(SWOT分析) ② ターゲット顧客の理解による顧客満足要素の把握・検討(お客さま行動プロセス分析) (演習-2) 「お客さま行動プロセス分析」の実践	2.0
	3	営業活動の分析と改善	(1) マーケティング志向の営業マネジメントの考え方・進め方 (2) 顧客資源・営業活動資源分析の考え方と実践 ① 顧客資源分析 ② 営業活動資源分析 (演習-3) 営業活動計画見直しチェックリストによる点検と改善 (参考) 「自社顧客満足(CS)経営取り組みレベル診断」(セルフアセスメント)	1.5
	合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント
① マーケティング志向、顧客満足実現のための基本的な考え方・必要な知識を企業実践事例を通じて、わかりやすく理解できます。 ② マーケティング志向の営業活動を行うために役立つ分析手法、改善のための考え方・技術を実践的な演習により習得できます。 ③ 演習におけるグループワーク(情報交換)、発表・質疑を通じて、受講者間で理解、気づきを深めることが可能になります。