

カリキュラム

機構施設名： 静岡職業能力開発促進センター

実施機関名： (株)日本コンサルタントグループ

26-22-12-027-065

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、改善策の検討方法を習得する。

講義内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)	日 程	
				月 日	時刻
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 企業の存続や成長のために市場環境に適応していくマーケティング活動を理解する。変化の激しい時代に企業が市場に適応していく上で働きかけていく活動の必要性を習得すると共に販売活動とは対極にあるマーケティングの目指すものを学ぶ。	0.2	令和8年 11月19日 (木)	9:30 ~ 16:30 昼休憩 12:00 ~ 13:00
		(2) マーケティングの考え方 マーケティングを実務に結び付けて体系的に考察するための基本フレームを理解する。顧客と競合他社と自社との関係性から論理的な戦略を導く3C分析、将来的な市場環境の変化に応じて自社の強みと弱みを検討するSWOT分析を習得する。	0.3		
		(3) 顧客とニーズ 有名企業が提供する商品やサービスの実例を挙げながら顧客とは価値を受け取る主体であり、ニーズはその顧客が抱える欲求や課題であることを具体的に理解する。顧客理解を起点にニーズを把握することの重要性を認識する。	0.5		
		(4) マーケティングの本質【演習あり】 顧客の理想と現状のギャップが課題であり、その解決を図ることが価値提供であることを理解する。自社の現状を考察する個人ワークとグループワークでの共有を通して理解を深める。	0.5		
	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 モノ売りとコト売り、受け身の姿勢と攻めの姿勢という2つの軸によって分かれる営業スタイルを体系的に整理しながら、マーケティング志向が目指す提案解決型のソリューション営業に求められる提案の重要性を理解する。	0.5		
		(2) ニーズと自社商品をつなぐ営業の役割 顧客が抱える課題とニーズをヒアリングによつて的確に把握し、自社商品の提供価値を適合させる営業上のポイントを理解する。業務的な視点、心理的な視点、経営的な視点の3つの角度によるヒアリングの実践ポイントを習得する。	0.5		
		(3) 営業プロセスの標準化【演習あり】 ソリューション営業に不可欠な顧客アプローチからヒアリング、提案、クロージングまでの客観的なプロセスを体系的に理解し、属人化の脱却を目指す。自社の現状を考察する個人ワークと共にグループワークでの共有を通して課題意識を深める。	0.5		
		(4) ITを活用した購買行動の分析 社内データの活用によってマーケティング志向に基づく営業活動を効率的に行い、業績への効果を最大限にするための手法を理解する。実務で効果を発揮しやすいABC分析による重み分けと自社基準評価によるデータの読み取り方を学ぶ。	0.3		
		(5) 顧客の信頼獲得と広報の活用 企業が一方的に売り込むのではなく、第三者的・継続的な情報発信を通じて信頼関係を築く広報の活用方法を学ぶ。SNSによる双方向発信や危機時の適切な対応、CSR活動やサステナビリティなどの社会的価値の発信について理解を深める。	0.2		
	3 ■ 営業活動の分析と改善	(1) 営業活動の現状把握と分析【演習あり】 ここまで学んだ基本概念をベースに、個人ワークを通じて自社の営業活動がマーケティング志向になっているかどうかの検証を行い、解決すべき課題を具体的に抽出する。またグループワークでの共有を通して業種を超えた新たな発想に繋げる。	1.0		
		(2) 顧客が求める価値の分析【演習あり】 マーケティング志向の原点である顧客の求める価値をどれだけ掴んでいるかを検証するために、個人ワークを通して自社の商材に対する実際の「満足の声」「期待の声」を列挙する。またグループワークを通して業種を超えた情報共有に繋げる。	1.0		
		(3) 営業活動の改善策の検討【演習あり】 3(1)(2)での検証と分析を踏まえて、個人ワークとして自社の営業活動における改善策と今後の具体的なアクションプランをまとめる。さらに、グループ内での情報共有と相互アドバイスを通じて業種を超えた新たな発想に繋げる。	0.5		
			合計時間	6時間	

カリキュラム作成のポイント

マーケティングとそれに関わる基本用語は、聞いたことはあるが実務への具体的な活用方法が分からないというケースが多いので、市場で指示されている一般的な商品やサービスの好事例を活用しながら体系的な理解と営業活動への落とし込み方が習得できるようにしました。その上で個人ワークを随所に行うことで自社の現状課題の客観的な考察を行いながら、グループ内での共有と意見交換を通して業種を超えた営業活動の客観的な分析と検証に繋がるようにしました。