

コース名	マーケティング志向の営業活動の分析と改善		
コース番号	24-16-12-027-014	受講料	3,300円(税込)
日程	令和6年8月1日(木)	時間	9:30~16:30
概要	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。		
推奨対象者	中堅層		
実施機関	株式会社 東京ナレッジプラン		
開催場所	富山市職業訓練センター 3階 研修室G 〒930-0916 富山市向新庄町1丁目14番40号		

カリキュラム内容(案)		時間
■ マーケティングの本質	<p>(1) マーケティングの基礎</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングとは、企業および他の組織がグローバルな視野に立ち、顧客との相互理解を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動であることを解説する。 <p>(2) 顧客とニーズ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ニーズ、ウォンツ、シーズについて解説し、顧客のウォンツから本質的なニーズを探り、そのニーズから課題を掘り下げ、仮説を立てる。そして既存商品、シーズから提案コンセプトを君立てる提案営業をすることが、価格競争の回避(差別化)につながることを理解させる。 <p>(3) マーケティングの考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングの基本的な考え方(①市場調査分析、②商品開発/価格決定、③プロモーション、④流通、⑤顧客/環境関係の諸活動)を解説する。 <p>(4) マーケティングの本質【演習あり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングの本質は、顧客視点で言えば、「欲しかった商品があり、最適な形でその商品の購入へと導いてくれる活動」、企業視点で言えば、「最もよく売れる仕組みを作り出す活動」である。【演習】八百屋の店主という想定で、①目的設定、②ターゲット設定、③競合設定、④自分たちが選ばれる理由、⑤選ばれる確率を高める施策というステップに従って、実際に戦略を立案させる。 	1h
■ マーケティング志向の営業活動	<p>(1) 顧客が求める商品とサービスの提案</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客が求める商品とサービスを提案するためには、顧客視点に立って顧客の奥に秘められた潜在的ニーズを理解することが重要である。それに効果のある4C(①Customer Value、②Cost、③Convenience、④Communication)と提案営業を成功させる4つのポイントを解説する。 <p>(2) ニーズと自社商品をつなぐ営業の役割</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業の役割は、顧客が抱えている悩みや要望を自社商品によって解決できる根拠や、導入してもらうことで顧客は何ができるようになるのか、といった情報を提供することである。「信頼関係構築」、「顧客の課題発見」、「課題解決方法の提案」を解説して理解を深めさせる。 <p>(3) 営業プロセスの標準化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業プロセスの標準化は、部門全体のスキルレベルの底上げに繋がり、営業活動の自動化の推進を容易にし(営業管理システム)、効率化の達成も図りやすくなる。営業プロセスをチャートで解説し理解させる。 <p>(4) ITを活用した購買行動の分析【演習あり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・従来、消費者の購買行動モデルは「AIDMAモデル」で説明されてきた。ただインターネット経由の購買行動は、二つの「S」を特徴とする新たな「AISASモデル」で説明できる。購買者の行動や心理を時系列に並べて見える化した「カスタマージャーニーマップ」を解説して理解を深めさせる。【演習】最近購入した物から一つを選んで「カスタマージャーニーマップ」を作らせます。これによって購買行動分析とは何かを理解させる。 <p>(5) 顧客の信頼獲得と広報の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「広報戦略」は企業から社会の人々へ向けて、自社の商品や事業を理解してもらい、信頼関係を構築するためのコミュニケーション手段であり、この活用によって顧客数を増やし、事業の発展につなげることが出来ることを解説する。・特にSNS(①Twitter、②Facebook、③Instagram、④LINE)を活用した顧客とのコミュニケーションについて解説する。 	3h
■ 営業活動の分析と改善	<p>(1) 営業活動の現状と分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業分析の基本的な3つの手法(①動向分析、②要因分析、③検証分析)と分析精度を高める3つの手法(①KPI分析、②エリア分析、③行動分析)について解説する。 <p>(2) 顧客が求める価値の分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「顧客価値」とは、「この商品、サービスのためにはこれだけの金額を払ってもよい」と顧客が認めた価値です。商品の質だけではなく、ブランドイメージや従業員の対応などによっても顧客価値は変わります。「顧客が受け取る価値」と「顧客が支払う価値」について解説し、理解を深めさせる。 <p>(3) 営業活動の改善策の検討【演習あり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業の改善は「感覚」や「精神論」で語るのではなく、プロセスや数値の把握により営業を科学することで、飛躍的に向上させることが出来る。営業プロセスを「見える化」する手法を解説して、実際に自分の営業活動を改善できるようにさせる。【演習】自分の営業プロセスをまとめさせ、そこから①課題発見/解説、②各プロセスの達成すべき指標の明確化をさせ、改善につなげる。 	2h

※上記内容は、諸般の事情で多少の追加や変更等がありますことを申し添えます。

合計

6h