

カリキュラム

機構施設名：和歌山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式会社

(C) 営業・販売－顧客拡大	マーケティング志向の営業活動の分析と改善
生産・開発計画	

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) マーケティングの本質 ・現代におけるマーケティングの意味と営業との関係。 (2) 環境変化とマーケティング ・「量」から「質」への変化に伴う、マーケティングの在り方の変遷。 ・顧客視点の提案営業、ソリューション営業。 ・営業パーソンに求められる心構えとスキル。	1.0
	2 マーケティング志向の営業活動	(1) 提案営業の必要性 ・マーケティング志向の営業＝提案営業 提案営業、ソリューション営業とは？顧客への「個解」の提供。 (2) 提案営業のプロセス ・顧客の課題と潜在ニーズを解決策に結び付けることが大切。 提案営業の進め方とポイント。 (3) 提案営業に必要な「聴く」技術と「伝える」技術 ・「聞く」と「聴く」は違う。「聴く」技術を習得。相手の意思決定を促す「伝える」技術とは？ (4) 顧客の抱える課題への解決策提供 ・顧客の課題への解決策をどのように導くか。その方法は？	2.0
	3 営業活動の分析と改善	(1) 営業活動の分析に必要な顧客、自社、業界分析 ・顧客、自社の強み、弱み、業界動向等をMECE思考で考える。 3C、SWOTなどのビジネスフレームワークの活用。 (2) 営業活動の目的は「増販」 ・SWOTの使い方を習得し、増販に結び付く営業活動を考える。 (3) 営業活動の改善策の検討 ・(演習)SWOTを使い現在の営業活動を分析、改善策を考える。	3.0
合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント
永年に亘り培った、営業、営業企画の経験から得た知見を存分に盛り込みました。

訓練に使用する機器等	●機器・ソフトウェア(受講者用) ・筆記用具	●機器・ソフトウェア(講師用・その他) ・講師用PC(持参)
●使用するテキスト	・自作テキスト(配布資料含む)	●その他

利用事業主に用意を求める機器等	備考
・ホワイトボード、マーカー(赤・黒)、プロジェクタ、スクリーン	