

## 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： 株式会社インソース

<b>(C)営業・販売－顧客拡大</b>	<b>マーケティング志向の営業活動の分析と改善</b>
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。
---------	--

	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)
講義内容	1	マーケティングの本質 (1) 営業の常識 ① 営業の仕事とは ② 成果のあがる営業に「いきあたりばったり」はない ・成果につながるフレームワークがあることを理解する ・すべての行動に理由(原理)を持たせる	1.0
	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 ～顧客視点の「ニーズ把握」 ① ニーズを把握のフレームワーク ② 考え、予測する習慣をつける ③ お客様の置かれている状況を知る ④ QCDRSで、お客様が重視するポイントを把握する ⑤ 6W3Hで顧客のニーズを洗い出す	2.0
	3	営業活動の分析と改善 (1) 営業活動の分析と改善① ～数字に基づく「行動計画策定」 ① 営業はサイエンス ② 事実から必要な行動量を割り出す ③ 目標から必要な行動量を計算する  (2) 営業活動の分析と改善② ～論理に基づく「タイムマネジメント」 ① 最大の資源は「時間」 ② 営業時間を最大化する ③ 1週間の計画の立て方～30マス週間計画表 ④ 個人の時間管理を徹底する～日次計画表	3.0
合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント
何件訪問すれば成果に結びつくのか、どのように時間を使えば最大の成果が出るのか、どんな視点でヒアリングをすればニーズが捉えられるのか等、「数字」や「思考のフレームワーク」のロジック(論理)に基づいて、営業としての成果の上げ方を論理的に学ぶ研修です。根性論やコミュニケーション論ではなく、数字に基づいた冷静な動き方や考え方を習得することができます。

訓練に使用する機器等	
●機器・ソフトウェア(受講者用)	●機器・ソフトウェア(講師用・その他)
PC等の機器は使用いたしません。	PC等の機器は使用いたしません。
●使用するテキスト	●その他
インソース作成テキストを弊社印刷の上、納品いたします。	集合形式/同時双方向通信形式 どちらも同一カリキュラムでご実施が可能です。

利用事業主に用意を求める機器等	備考
① ホワイトボード(可能であれば2枚) ② マーカー(黒2本、赤1本、青1本) ③ 人数が多い場合や会場によってはマイク ④ 受講者の名前がわかる名札か席次表	