

カリキュラム(案)

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： 一般社団法人日本経営協会 関西本部

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 マーケティングの基本的な概念を理解し、基本的なフレームワーク(STP・4P・3C・SWOTなど)を実際に演習を通して活用の仕方を理解する。 (2) 自社が提供する「価値」とは 自社が顧客に選ばれている「価値」とは何かを考える。 商品やサービスの本質的な「価値」の整理の仕方を学び、具体的な企業の提供する価値についての事例を通して理解を深める。 演習では、自社の提供する商品・サービスの価値を改めて整理し、顧客に選ばれている理由を整理する。 (3) マーケティングにおける顧客志向とは 自社にとっての「顧客」とは誰なのか？をまず定義し、顧客が現状として抱えている「困りごと」と「ニーズ」を正確に理解する。 また、顧客が購買に至るまでの意思決定プロセスを学び、顧客志向に沿ったマーケティング手法について、具体的な事例を紹介し、理解を深める。 演習を通して、顧客志向マーケティングを理解する。	0.5 0.5 0.5
	2	マーケティング志向の営業活動	(1) 営業活動のプロセス分解 営業活動というものにはプロセスがあり、挨拶からクロージングまでに様々なプロセスに分解される。 その中で、顧客ニーズを正確に把握し、提案に至るまでにどのプロセスでどのような活動をすれば良いかの全体像を知る。 演習では、参加者の営業活動をプロセス分解して見える化するワークを体験して頂き、顧客へのアプローチのステップを整理する。 (2) 顧客ニーズの掘り起こし 顧客ニーズを掘り起こすための「ヒアリング」についての手法と、顧客の発言を整理するフレームワークの活用法について学ぶ。 また、ヒアリングにおいて重要になる「傾聴」についての演習を行い、営業担当者として顧客に真のニーズを掘り起こすための手法を体感して頂く。 (3) 顧客ニーズを満たす提案営業 顧客ニーズに対して、自社が提供する「価値」と結びつけ、顧客に提案する手法について学ぶ 提案は自社の商品・サービスから、顧客にとっての「ベネフィット」についての提案まで展開できるようなモデルを学ぶ。 演習では、ロールプレイングを通してヒアリング後の提案・クロージングまで、顧客ニーズを意識した手法を実践頂く。	0.5 1.0 1.0
	3	営業活動の分析と改善	(1) 営業活動を分析する手法 営業活動の現状把握と分析手法について学ぶ。 ここでは、一般的な活動指標(顧客訪問回数・カバー率など)による分析手法のみならず、営業活動のプロセス分解を活用した「1回の顧客との面談の分析方法」について学ぶ。 演習では、ロールプレイングを実践しつつ営業活動のプロセス分解を用いての分析を体験頂く。 (2) 営業活動プランの策定 営業活動のプランの立案方法について学ぶ。 現状分析を踏まえ、「いつまでに」「誰に」「何を」「どのように」を整理しながら行動計画を立てる手法を学ぶ。 演習では、営業活動プランをグループ単位でディスカッションを通して策定するワークを体験頂く。 (3) 営業活動のPDCA 営業活動プランをもとに、PDCAをどのようにまわしていくかの考え方を学ぶ。 特にここではPDCAの「C」と「A」を効率よく回す手法を学ぶ。 ここでの演習も、グループ単位でディスカッションを通してPDCAの効率的な回し方について実践頂く。	0.5 1.0 0.5
	合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント
マーケティングという「モノ・サービスが売れる仕組み」の原点を学んで頂くと共に、営業活動を分析しやすくするためのプロセス分解を通した「営業活動の見える化」の手法を学んで頂きます。各項目内では実際に受講者に演習を通して実践して頂き、職場内に持ち帰って頂ける内容で進めて参ります。

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) ・プロジェクター ・ホワイトボード ・PC(講師持参)
●使用するテキスト ・講師独自のものを使用します。	●その他
利用事業主に用意を求める機器等 ・プロジェクター ・ホワイトボード	備考