

カリキュラム

C. 営業・販売—顧客拡大 概論	オンライン営業技術
-----------------------------	------------------

到達目標	テレワーク時に必要な営業コミュニケーション方法を理解し、テレワークに適応した営業技術を習得する。
-------------	--

	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)
指導 内容	1	オンライン営業概論 (1)オンライン営業成功法則 オンライン営業で成功するための抑えておくべき3つのポイントを レクチャーする。 (2)オンライン営業に関するよくある誤解 オンライン営業と言うと、オンライン商談術をイメージする人が多 いが、それはほんの1部分である。オンラインでの営業手法、新規 開拓の全体像をレクチャーする。 (3)アウトサイドセールスとインサイドセールス アウトサイドセールスとインサイドセールスの違い、インサイドセ ルスとテレアポとの違いをレクチャーしながらインサイドセールス 導入・運用のポイントをレクチャーする。	1.0
	2	顧客開拓 (1)社内の顧客情報の整理 『売上構造分析シート』のフォーマットを使い、社内の顧客情報の データベース化する手法をレクチャーする。データベースにどんな 項目を盛り込めば良いのか？を事例を用いて説明する。 (2)顧客のスクリーニング 攻めるべき顧客の優先順位をつけるために、データベース化され たデータをどのように分析し、優先順位をつけて行けばいいの か？をレクチャーする。 (3)魔法の新規開拓シート活用術 新規開拓に抑えるべき9項目を1シートにまとめた、『記入するだ けで新規が取れる！魔法の新規開拓シート』を用いてオンライン での顧客開拓の全体像をイメージする。 (4)【演習】オンライン営業戦略作成演習 『売上構造分析シート』『魔法の新規開拓シート』などのフォーマ ットを活用し、自社のオンライン営業戦略のたたき台を作成する。	2.0
	3	顧客とのリレーション (1)顧客と営業担当との関係性の変化 1人の営業担当が営業プロセス全てを担うのではなく、会社全体 として顧客とどう接し、関係性を構築していくのか？事例を用いな がら説明する。 (2)オンライン営業による顧客対応方法 HP、メルマガ、オンラインセミナー、SNSなどを活用したオンライ ンでの顧客との関係性構築法を事例を用いながら解説する。 (3)【演習】顧客を引き寄せるキャッチコピー作成 インサイドセールスで重要な、見込み顧客に響くキャッチコピーの 作り方をレクチャーし、自社の場合だとどうなるか？仮のキャッチ コピーを作成する。	2.0
	4	社内の情報共有 (1)進捗管理の方法 グループウェアを用いた進捗管理の共有の事例、リモートワーク での営業の進捗管理の方法を事例を用いながら解説する。 (2)各種営業ツール(SFA、CRM) SFA、CRM、MAなどの用語の説明、それぞれどういう意味なの か？代表的なツールを紹介しながらどのような機能があるのか？ をレクチャーする。	1.0
合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント
オリジナルフォーマットの『記入するだけで新規が取れる！魔法の新規開拓シート』を使い、オンラインを用いた新規獲得の仕方が学べます。単なる営業のオンライン化ではなく、自社の営業構造・プロセスの見直し、顧客目線での自社の強みの発見、それに基づく営業戦略構築に必要な要素をレクチャーし、オンライン化に対応した自社の新しい営業戦略、営業構造・プロセスを構築するための情報を網羅しています。

講師から一言
『記入するだけで新規が取れる！魔法の新規開拓シート』を使い、オンラインを用いた新規獲得のポイントが学べます。