

カリキュラム

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
-----------------	-------------	-----------------------------

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) マーケティングの基礎 ・マーケティング論の変遷を学び、プロダクトアウト発想からマーケットインスタンスの重要性を理解する。 (2) マーケティングの考え方・手法 ・3C分析。4Pから4Cへの思考転換。STP分析による自社の立ち位置の確認。SWOT分析による戦略の策定など、マーケティングにおける主要なフレームワークを理解する。	2.0
	2	マーケティング志向の営業活動 (1) 営業の役割の理解と営業プロセスの標準化 ・企業、商品（サービス）、営業は補完関係にあり、営業の役割は極めて大きいこと。組織で成果をあげるためには、プロセスの見え化と標準化が重要。 (2) 顧客が求める商品とサービスの提供 ・顕在化したニーズはもちろん、潜在化したニーズをいかに引き出すのかというポイントを学びます。自社商品とサービスは、顧客利益実現のための手段。 (3) 新規顧客開発に必要なマーケティング発想 ・「顧客の創造」のために重要な、マーケティングとイノベーションの関係性を学び、自社に必要なアクションや営業の基本ステップを理解する。 (4) 信用力の形成と広報の活用 ・ブランディングの重要性について、モデルケースを参考にしながら自社がどのように取り組むべきか考えます。	2.0
	3	営業活動の分析と改善 (1) 営業活動の現状把握と分析 ・営業活動のあるべき姿と現状とのGAPを分析に、問題解決手法で分解して、対策立案につなげます。 (2) 顧客が求める価値の分析 ・営業活動で乗り越えなければならない「カベ」について解説し、顧客の心からの悩み読み解く中で、顧客の求める価値について仮説検証のプロセスを理解します。 (3) 営業活動の改善策の検討 ・アクションラーニングを通じ各自の実践成果を共有し、ディスカッションすることで気づきを得ます。	2.0
合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント
基礎的な内容、フレームワーク等講義による知識の吸収と、事例を交えた演習による腹落ち感、グループディスカッションによる自身の気づき等、学習定着率が向上するようにバランスをとっている点

講師から一言
マーケティングの本質を理解し、顧客志向の考え方に基づいた営業活動の実践を通じ、成果が上がるPDCAを自分で回せるようになることを目指します。