

カリキュラム

(C)営業・販売	提案型営業実践
顧客拡大	

コースのねらい	自社もしくは自身の営業スタイルを認識し、顧客の不満や問題点、要望など、顧客の立場に合わせた提案書作成から顧客への提案実施・説明ができる能力を習得する。
---------	---

講義内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)
	1 営業スタイル	(1) 営業とは何か ・営業の種類(アプローチ・スタイル)(アクション・スタイル) ・営業の役割 ・御用聞き営業の考察(良い点・悪い点) 信頼関係の構築 (2) 顧客の理解 ・BtoB営業に必須の組織購買の理解 ■クリスタル工業事例(悩みのカベ・人のカベ) ・顧客別タイプ分析(ソーシャルスタイルの理解) (3) 営業データの分析 ・営業活動の分析と改善 ■KKソリューションズ事例(ハイパフォーマー分析) ・案件マネジメントによる成約率向上の秘訣	2.0
	2 顧客の問題発見・解決の支援手法	(1) 顧客満足について ・顧客価値主導型マーケティング戦略の理解 営業とマーケティングのつながり ・顧客知覚価値、期待不一致モデル、NPSの理解 (2) 問題発見・問題解決手法 ・問題と解決すべき課題の違いを理解する ・仮説と検証のプロセス ■顧客との商談シーン①② (3) 顧客の課題解決に寄り添う”提案型営業”のありかた ・提案型営業の4つのモデルの解説 ■自身の問題解決のスタイルについての考察と討議 ■”大谷翔平”活躍の背景となった提案型営業の真髄	2.0
	3 実践的提案のポイント	(1) 提案の企画・設計のポイント ・提案書作成までのプロセス(提案プロセスの6つのフェーズ) ・提案書作成の事例 ■人材派遣会社の提案書作成のケーススタディ (2) 提案書作成のポイント ・思いが届く資料の10箇条 ・プレゼン資料作成時の落とし穴 ・提案書作成の7つのステップ (3) 提案実施・説明のポイント ・刺さる提案と刺さらない提案の分かれ目 ■ProPlanXの提案現場で起こった出来事 ・プレゼン現場で意識すべき5つのポイント	2.0
	演習	单元ごとに実施する”ワーク””事例演習””ケーススタディ”等を■で記載 講義への集中力を継続させるため その他のセッションも多めに盛り込んで構成いたします	
合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント	経験を積まれている対象者を想定。講義中心というよりも、出来るだけ実践的な現場をイメージいただけるような”ワーク””演習”を多く組み込み、会場のスペースが許せば討議により受講者同士の気づきを促進できるような内容にいたしました。
---------------	--

講師から一言	効果的な提案型営業を実践するための研修。顧客のニーズを理解し、魅力的な提案を作り上げるスキルを身につけるカリキュラムです。
--------	---