

カリキュラム案

機構施設名： 山口職業能力開発促進センター
実施機関名： 株式会社中尾経営

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

コースのねらい	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)
講義内容	1	<p>オンライン営業概論</p> <p>(1) オンライン営業成功法則 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。 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。</p> <p>(2) 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、インサイドセー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。</p> <p>(3) 【演習】オンライン営業の勝ちパターン分析 自社のオンラインでの営業のプロセスを分解し、オンライン向けに設計し直す。</p>	6.0
	2	<p>顧客開拓</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>	
	3	<p>顧客とのリレーション</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>	
	4	<p>社内の情報共有</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 【演習】情報整理 グループウェアやSFA、CRMに情報を入れる際に、何の情報を入れると良いか？運用ルールはどうすれば良いか？を整理するディスカッションを行う。</p>	

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 (リーフレット掲載用 50~70字程度)
『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。