

マーケティング志向の 営業活動の分析と改善 DX

コース番号：027-031

2024年

開催日時：**11月22日(金)**
9:30~16:30 (6時間)

募集締切：**11月8日(金)**

開催場所：ポリテクセンター山梨
定員：**16名程度** (先着順)
推奨者：中堅層

受講料
3,300円 (税込)

コースの狙い

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、改善策の検討方法を習得します。

主な訓練内容

◎ マーケティングの本質

(1) 営業の常識

- ① 営業の仕事とは
- ② 成果のあがる営業に「いきあたりばったり」はない
 - ・ 成果につながるフレームワークがあることを理解する
 - ・ すべての行動に理由(原理)を持たせる

◎ マーケティング志向の営業活動

(1) マーケティング志向の営業活動 ～顧客視点の「ニーズ把握」

- ① ニーズを把握のフレームワーク
- ② 考え、予測する習慣をつける
- ③ お客様の置かれている状況を知る
- ④ QCDRSで、お客様が重視するポイントを把握する
- ⑤ 6W3Hで顧客のニーズを洗い出す

◎ 営業活動の分析と改善

(1) 営業活動の分析と改善① ～数字に基づく「行動計画策定」

- ① 営業はサイエンス
- ② 事実から必要な行動量を割り出す
- ③ 目標から必要な行動量を計算する

(2) 営業活動の分析と改善② ～論理に基づく「タイムマネジメント」

- ① 最大の資源は「時間」
- ② 営業時間を最大化する
- ③ 1週間の計画の立て方～30マス週間計画表
- ④ 個人の時間管理を徹底する～日次計画表

◎ その他

【個人ワーク】 【グループワーク】

○ 訓練内容のココがポイント！

- ・ 個人ワークやグループワークを多く取り入れ、自ら考え、企画する知識を養います。
 - ・ 何件訪問すれば成果に結びつくのか、どのように時間を使えば最大の成果が出るのか、どんな視点でヒアリングをすればニーズが捉えられるのか、また、「数字」や「思考のフレームワーク」のロジック(論理)に基づいて、営業としての成果の上げ方を論理的に学ぶ研修です。
- これにより根性論やコミュニケーション論ではなく、数字に基づいた冷静な動き方や考え方を習得することができます。

実施機関&講師

株式会社 インソース

講師 栗原 俊哉 氏



講師Profile

研修で学ぶべきポイントを随所で確認しながら、クラス全体を巻き込み受講者主体を意識した研修を行います。製造業での実務経験に加え、人事教育担当の経験も豊富であり、様々な知識・体験談をもとにした講義には定評がある。

お申し込みは