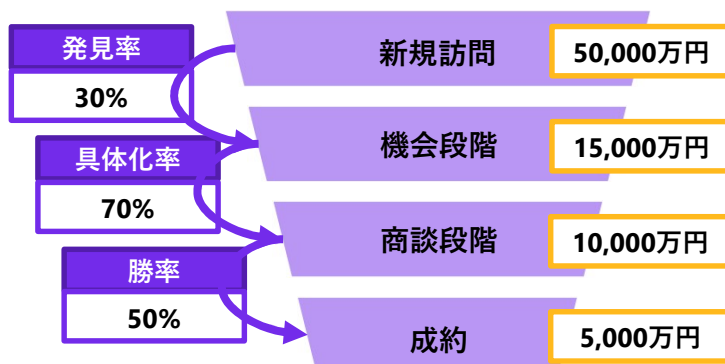


課題別営業力強化プログラム ～ 営業目標達成に必要な営業スキルを組み合わせ強化

「営業の基礎スキルを学習した営業担当者」と「学習していない営業担当者」では、営業目標の達成度が違います。営業組織が直面している問題は各社各様です。このプログラムは、営業組織が直面する問題に合わせて必要となる各種スキルを組み合わせ学習することができます。投資対効果高く問題を解決し、営業組織と営業担当者、双方のパフォーマンスを最大化します！

営業組織が改善したいKPI（Key Performance Indicator）の種類によって、その改善のために強化すべき営業スキルは変わります。

たとえば、「新規引合件数が少ない」ことが問題であれば、行動計画／商品知識の向上／初期段階のアプローチの方法のスキルの改善が必要です。「勝率が悪い」ことが問題であれば、競合対策スキルを強化する必要があります。多くの営業組織からは、「営業研修を行っても十分な効果が得られなかった！」とよく伺います。その原因は、営業課題を見極めることなく、かつ、営業力強化の実施方法を十分に検討しないまま行っていたためでした。具体的には、以下の2つの注意点を気をつけて営業力強化を実施する事が大切です。



- ◆ 成果を上げること（KPIを向上すること）が目的であれば、外部研修に参加させるのではなく、会社内で研修を実施する必要がある（社員に会社外の人と交流をさせたいのであれば外部の公開型研修をおすすめします）。
 - ◆ 研修前に「研修によってめざす効果」を明確にし、事前にその目的と効果を社員に通知してから開催する。
- この2つの注意点を考慮して行うことで、営業担当者の意欲とモチベーションに良い刺激を与え、組織目標達成に役立つ営業担当者を育てることができます。私たちは、上記2つの導入方法の検討を行い、以下に紹介する各種営業スキル強化項目を組み合わせ、「確実にパフォーマンスを向上すること！」を実現する研修を提供します。

課題別営業スキル	概要	
営業プロセスの理解と活用	目指す効果 (改善するKPI)	多種多様な営業KPIの向上に役立つ基盤的なものです。
	内容	多くの営業組織では、目標を確実に達成するための商談プロセスが具体的になっていません。このことは「営業の属人化」「ノウハウが共有されない」「生産性が向上しない」原因となっています。 このプログラムでは、下記の3つのステップで学びます。 1. 商談プロセスとは何か？ 2. 商談プロセスの構成要因（購買プロセス／商談ステージ／商談発見タイミング／営業行動のちがいがい） 3. 成果を最大化するための営業行動のヒント この営業スキルは「【法人営業研修】課題別営業力強化プログラム」の中核を担う要素です。他のプログラムの効果を最大化するためにも、この要素と合わせて受講することをおすすめします。
	日数／時間	3時間
	備考	ご投資額はお問い合わせください。

課題別営業スキル	概要	
目標を達成するための 訪問計画の作り方	目指す効果 (改善するKPI)	営業担当者一人あたりの売上額の向上
	内容	営業担当者一人あたりの売上額が大きい営業組織と小さい営業組織の差を生み出しているものは、「営業活動計画の徹底度合い」です。営業の基本は、お客様との商談。営業目標を達成することを前提として、営業担当者がどのような営業活動計画を作る必要があるのか、その具体的な計画立案の方法を学びます。 このプログラムでは、下記の3つのステップで学びます。 1. 営業担当者に必要な3つの計画を理解する 2. 必要な訪問件数を算出する 3. 訪問計画の立て方を理解する（実際に来月の訪問計画を立てる）
	日数／時間	3時間
	備考	ご投資額はお問い合わせください。

課題別営業スキル	概要	
「ほしい！」と感じる 商品提案の準備	目指す効果 (改善するKPI)	新規商談件数の増加
	内容	お客様のニーズは多様化しており、カタログに書いてあることを説明するだけでは、お客様の購入意欲を引き出すことができません。お客様が関心を引き出し、「必要だ！」と認識してもらうご提案をすることが必要です。この研修では、お客様が商品やサービスの価値を理解しやすくなる初期段階の提案方法を学びます。 このプログラムでは、下記の3つのステップで学びます。 1. お客様はどのような「商品知識を求めているか？」 2. 初期段階のご提案を作る方法について理解する 3. 実際に初期段階のご提案を作成する
	日数／時間	3時間
	備考	ご投資額はお問い合わせください。

課題別営業スキル	概要	
新規顧客へのアプローチ	目指す効果 (改善するKPI)	新規顧客数の増加
	内容	はじめてのお客様との面談では、その面談の進め方は非常に大切です。上手く面談を進められたかどうかによって、2回目に会ってもらえるかどうかが決まります。初回訪問時の1回だけの面会で終わらず、継続して面会できるような関係構築をするためのアプローチ方法を学びます。 このプログラムでは、下記の3つのステップで学びます。 1. 種類別のアポイントメントの取得方法を学ぶ 2. 種類別の初回面会時のお客様とのコミュニケーション方法を学ぶ 3. 実際に自分の言葉として、どのようにアプローチするかを設計する
	日数／時間	3時間
	備考	ご投資額はお問い合わせください。

課題別営業スキル	概要	
商談の成約率を高める 「ニーズ」を掴む	目指す効果 (改善するKPI)	成約率の向上
	内容	確実に受注するためには「お客様のニーズをつかめ」ということが営業組織の中では言われています。「受注できなかった」原因は、「ニーズが掴めなかった」事が多いからです。ですが、「ニーズ」という言葉はよく使われるのですが、「成約率を高めるためのニーズ」を十分把握できていない営業担当者が多いです。「成約率を格段に高めるニーズ」を確実に把握する方法を学びます。 このプログラムでは、下記の3つのステップで学びます。 1. 「なぜニーズがつかめないのか？」その原因を理解する 2. 4つのニーズの種類 3. 「成約率を格段に高めるニーズ」の掴み方
	日数／時間	3時間
	備考	ご投資額はお問い合わせください。

課題別営業スキル	概要	
「勝つ！」競合対策実施方法	目指す効果 (改善するKPI)	商談勝率の向上
	内容	ライバル会社（競合）との商談での競い合いは、業界を問わず営業マネージャー／営業担当者の悩みの一つです。特に、ライバル会社（競合）との商品／サービスにあまり差がない場合には、勝つための対策が「価格を下げる」だけになってしまいます。それだけにならないためにも競合対策について学ぶことは重要です。効果的に競合に勝つための作戦を学びます。 このプログラムでは、下記の3つのステップで学びます。 1. 競合対策をするために必要な情報を学ぶ 2. 競合とのポジションを確認できるようになる 3. 実際に競合に対する計画を作成する
	日数／時間	3時間
	備考	ご投資額はお問い合わせください。

課題別営業スキル	概要	
顧客視点の提案書の作成	目指す効果 (改善するKPI)	商談成約率の向上／商談勝率の向上
	内容	「お客様への最終提案」は、営業担当者にとって重要な活動の1つです。しかし、商談の初期段階で行う提案と商談の最終段階で行う提案では全く違います。残念ながら、そういうことを理解せずに最終提案書を作ってしまうために、確実に受注するための提案書ができていないことが多いです。お客様が私たちの商品やサービスを選ぶようになる効果的な提案書の作成方法を学びます。 このプログラムでは、下記の3つのステップで学びます。 1. 3つの提案書の種類を理解する 2. それぞれの提案書の目的を明確に理解する 3. 実際に提案書を作る
	日数／時間	3時間
	備考	ご投資額はお問い合わせください。

課題別営業スキル	概要	
値引き要求に対する対応策	目指す効果 (改善するKPI)	値引率の改善／売上の増加
	内容	お客様からの値引き要求は、営業にとって頭の痛い悩みの1つです。ですが、値引き要求の対処方法を学んでいる営業はほとんどいません。そのため、お客様との値引き交渉で、必要以上に値引きをしてしまっていることが多いです。このプログラムでは、値引きの問題点や発生原因を理解し、値引き額を格段に減らすための値引き要求に対する対応方法について学びます。 このプログラムでは、下記の3つのステップで学びます。 1. 「値引きをすることになった」原因とその影響を考える 2. 値引き要求が困難なメカニズムを理解する 3. 値引き要求に対する対応方法を学ぶ
	日数／時間	3時間
	備考	ご投資額はお問い合わせください。