

# 営業管理職研修

全ての売上、利益は、お客様接点である営業現場から生まれます。環境がますます厳しくなる中で、営業管理職、責任者の営業力、戦略立案力、マネジメント力はいかがでしょうか？今のまま現場に任せていて、この厳しい環境を乗り切れるでしょうか？

現場の問題整理、解決方法の検討、実践、検証というサイクルの中で能力向上、行動変革を狙います。営業課題解決のための基本知識・スキル、思考フレームを共有し、営業力を向上するための研修です。



## ■ 目的

- ・ 営業管理職、営業責任者としての営業スキル、戦略立案・展開力、マネジメントスキルを学習する
- ・ 科学的営業力向上、営業付加価値向上に向けた課題、顧客接点の最前線の営業マン育成のための課題を共有し、問題解決のための技術、方法論を検討し、実践、共有する。
- ・ 営業管理職・責任者が一堂集まることにより、経営が伝えたい意図や方向性、現場の意見を共有し合う

## ■ 対象

営業課長、営業責任者クラス 1回実施人数15名まで

## ■ 料金

1日研修(1回40万円)×6回 240万円

## ■ 研修の進め方

テーマ別講義 + 講師ファシリテーションによる参加型セッション  
毎回 課題設定 ⇒ 翌月実践の振り返り(PDCA+アクションラーニング形式)  
それぞれの日程を1ヶ月 間隔を取る(課題解決のための実践期間)

## ■ 特徴

- 1 直面している問題点の整理、将来を見据えた営業課題を自分たちで整理する。
- 2 毎回研修の場で、営業の問題や、課題を持ち込んでもらって議論、グループセッションを行う。
- 3 次回までの営業変革課題を設定し、研修の最初に振り返りを行う。解決の方向性議論。
- 4 研修の間では設定課題の解決(進捗)、宿題、課題図書をこなし補習する。
- 5 他社例やケーススタディ等を通して、基本的フレームやセオリーを学び、視野を広げる。
- 6 研修を通して具体的な営業課題に対する解決方法を指導し、組織的ノウハウにつなげる。

## ■ 期待される効果

1. 営業管理職に必要な対人力、部下育成力、業績管理、仕事の改善、マーケティング知識、戦略立案力、提案力向上など、営業マネジメントに必要な知識、実践的スキルが向上する。
2. 演習を通じ、学んだことを自職場の状況に置き換える。  
現場のリアルなテーマに対して同僚と議論することでお互いの考えが深まり、共感、モチベーションが高まる。
3. 毎回学んだことを次回まで自部門で実践、実践結果の振り返りを行い、お互いに学びあう。  
またお互いの変化度を共有し、刺激になり、決めたことを主体的・計画的にやりきる習慣が身につく。
4. 最終的には「行動変革宣言」を発表、上司に報告、人事評価、目標管理と連動してもらい具体的に指導、行動変革の定着につなげてもらう。

プログラム

<学習テーマ案>

●営業スキル編

●マーケティングスキル編

●マネジメント編

<p>現状把握編 意識変革</p>	<p>1ヶ月目</p>	<p><b>自己変革</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現状把握</li> <li>・問題意識</li> <li>・ビジョンの共有</li> <li>・6ヵ月後の自分</li> <li>・営業の問題整理:事前アンケートより</li> <li>・ミッションの確認</li> <li>・危機意識</li> <li>・キャリアの高め方</li> </ul>	<p><b>環境分析</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現状把握</li> <li>・競合分析</li> <li>・自社の強み、弱みの整理 (SWOT分析)</li> <li>・市場把握</li> <li>・顧客分析</li> </ul>	<p><b>マネジメントとは何か</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・組織設計の基本</li> <li>・経営理念、ビジョンの役割</li> <li>・改善と改革</li> <li>・効率性と効果性</li> <li>・経営的視点</li> <li>・職場の問題整理</li> </ul>
<p>営業基本理解 「5段階強化法」</p>	<p>2ヶ月目</p>	<p><b>営業力を高める基本手順</b> ①②③</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①営業活動量を上げる</li> <li>②顧客の明確化、分類</li> <li>③顧客の情報把握</li> </ul>	<p><b>差別化戦略</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品理解</li> <li>・ポジショニング</li> <li>・ターゲティング</li> <li>・競争優位の作り方</li> <li>・商品戦略</li> <li>・セグメンテーション</li> <li>・差別化戦略</li> </ul>	<p><b>職場のコミュニケーション、指示命令、報連相</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対人力</li> <li>・人間関係構築力</li> <li>・効果的な会議の進め方</li> <li>・質問力</li> <li>・伝える力</li> </ul>
	<p>3ヶ月目</p>	<p><b>営業力を高める基本手順</b> ④⑤</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>④課題整理、仮説提案力とは</li> <li>⑤顧客との関係性強化</li> </ul> <p>「購買支援営業」を目指す</p>	<p><b>戦略</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客理解</li> <li>・仮説設定力</li> <li>・ランチェスター戦略</li> <li>・顧客価値</li> <li>・バリューチェーン</li> </ul>	<p><b>部下育成、教える力</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・育成課題設定</li> <li>・権限委譲</li> <li>・コーチングスキル</li> <li>・モチベーション</li> </ul>
	<p>4ヶ月目</p>	<p><b>営業スタイルの確立</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・効果的な時間の使い方</li> <li>・スケジュールリング</li> <li>・ヒアリング・クローゼング力</li> <li>・課題解決型営業のスキル</li> <li>・新規顧客探客</li> </ul>	<p><b>戦略フレームの基本</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・PPM</li> <li>・4つのポジショニング</li> <li>・アンゾフの事業開発マトリックス</li> <li>・プロダクトライフサイクル</li> <li>・3Cのフレーム</li> </ul>	<p><b>仕事の管理</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目標管理の進め方</li> <li>・効率的な仕事の進め方</li> <li>・タイムマネジメント</li> <li>・評価力</li> <li>・面談力</li> </ul>
<p>実践力評価編</p>	<p>5ヶ月目</p>	<p><b>業績マネジメント・指導の方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・営業計画の立て方</li> <li>・目標達成のための業績管理の方法</li> <li>・業績低迷者のマネジメント</li> </ul>	<p><b>ビジネスモデルを理解する</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスモデルとは何か</li> <li>・ビジネスシステム分析</li> <li>・ABC(バレット)分析</li> <li>・80:20の法則</li> </ul>	<p><b>仕事の改善・問題解決力</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・問題と課題</li> <li>・問題解決の手順</li> <li>・仕組み構築力</li> <li>・分析力</li> <li>・見える化</li> </ul>
	<p>6ヶ月目</p>	<p><b>営業変革・組織営業強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・組織営業の推進法</li> <li>・勝ちパターン、負けパターンの学習</li> <li>・営業標準化</li> <li>・ナレッジマネジメントの活用</li> </ul>	<p><b>今後の営業計画立案</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・営業計画書の発表</li> <li>・全体セッション</li> </ul>	<p><b>組織強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジョンの確認</li> <li>・組織の体質改善</li> <li>・徹底力強化</li> <li>・リーダーシップ</li> </ul>

■「営業スキル」「マーケティングスキル」「マネジメント」の割合は状況に合わせて構成を変更することが可能です。

研修終了後

■行動変革宣言に基づいて、研修終了レポートを上司に報告し、その後の目標管理、人事評価目標と連動し、上司からの指導、行動変革の定着を目指します。

