

## カリキュラム

機構施設名： 秋田職業能力開発促進センター

実施機関名： 株式会社MxEコンサルティング

C. 営業・販売	顧客拡大	提案型営業手法
----------	------	---------

コースのねらい	新規顧客、新商品・サービスの開拓ができる提案営業の手法を学び、実際の顧客を想定し営業側から能動的(自発型)な提案ができる営業手法を習得する。
---------	--

講義内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間(H)
	1	提案型営業とは	<p>(1) 組織人に必要な意識と基本行動 組織人に必要な5つの意識を振り返りながら組織を管理する管理者の役割認識について理解し、管理者として、どのような意識と行動が求められているのかを学ぶ。</p> <p>(2) 提案営業の基本 提案営業の基本である価値を届ける意味を理解し、顧客が求める価値は多様であり、提案営業プロセスが重要であることを認識する。提案営業プロセスのコンタクト、ヒアリング・仮説検証・課題の共有・提案・クロージングの実践ポイントを習得する。</p> <p>(3) 提案が受け入れられる要素【演習あり】 提案が受け入れるための基本要素である担当者の信頼とはどのように築かれるのか理解するとともに、担当者としての立居振る舞いと日々の営業活動のポイントについて理解を深める。</p> <p>営業ロープレ演習 お客様の信用信頼を得るためのアプローチ(営業アプローチ・接客アプローチ)をロープレを通して実践し各自の良い点課題点を明らかにする。</p>
2	顧客ニーズと自社商品・サービスの強み分析	<p>(1) より良い提案のために【演習あり】 より良い提案をするために、視野を広げて環境分析をする事の大切さを理解し、基本的な環境分析ツールであるSWOT、3C、5フォースの基本と実践のポイントを習得する。</p> <p>環境分析演習 SWOT・3C・5フォースを使用しながら自社を取り巻く環境に対する理解を深め、他者を一歩リードする提案のポイントを整理し、今後の営業活動の糧としていく。</p> <p>(2) 店舗営業力強化のための取り組み 直販店舗における、来店客の購買率および買上単価増のための接客における提案のポイントを学ぶ。</p>	2.5
合計時間			6.0