

営業力強化研修

[概要] 営業力強化のためには既存顧客に対する深堀・拡大と新規顧客の開拓両面を考える必要があります。
既存顧客への営業強化に必要なのはアカウント・プランに基づく営業です。アカウント・プランを立案するためには、顧客の概要や販売実績、顧客と関係の整理だけでなく、顧客の経営課題の整理・体系化が必要となります。この研修ではフレームワークを活用した経営課題の整理・体系化方法を習得することができます。
新規顧客の開拓にはターゲットを絞り込んだアプローチが必要になります。この研修では、仮説思考を活用したターゲット顧客の設定方法を習得することができます。

[学習目標] ・アカウント・プランの内容が理解できる
・フレームワークを活用した経営課題の整理・体系化ができる
・仮説思考を活用したターゲット顧客の設定ができるようになる

[受講対象者] ・IT企業の営業の方

[前提条件] 自社製品・サービスに関する商品知識のある方

[日数] 2日間

[形式] 講義+演習（演習中心、30：70）

[時間] 9：30～17：00

[研修に必要なもの]

講師用：プロジェクター、ホワイトボード、
掲示用マグネット（棒状のもの4本以上）

受講者用：PC 1台/名

模造紙 6枚/グループ（3～4名で1グループ）

セロハンテープ 1個/グループ

ポストイット（7cm×7cm程度のもの）1束/名

マジック 1本/名

[タイムスケジュール]

日程	内容
第1日目 AM	1. 既存顧客営業と新規顧客営業の強化ポイント <ul style="list-style-type: none"> ・既存顧客の深堀・拡大を行うために必要なアカウント・プランに基づく営業活動 ・新規顧客開拓に必要なターゲットを絞り込んだアプローチ 2. アカウント・プランに基づく既存顧客への営業活動 <ul style="list-style-type: none"> ・営業ステップ <ul style="list-style-type: none"> アカウント・プランの作成、顧客リレーションの構築 ニーズの把握、提案、受注、導入、アフターケア ・アカウント・プランの内容 <ul style="list-style-type: none"> 顧客の概要、販売実績、顧客との関係、顧客の経営課題、ソリューション・プラン ・アカウント・プラン立案プロセス <ul style="list-style-type: none"> アカウント情報の収集、問題点の抽出、経営課題の検討、ソリューション・プランの作成 3. フレームワークを活用した経営課題の整理・体系化のステップ <ul style="list-style-type: none"> ・概要 ・経営ビジョンの確認 ・環境分析
PM	(事例演習) 経営ビジョンの確認 (事例演習) 環境分析 (SWOT 分析) ・経営課題の立案 (事例演習) 経営課題の洗い出し (ダブル SWOT)
第2日目 AM	(事例演習) BSC を活用した経営課題の整理 (事例演習) 戦略マップの作成
PM	4. 新規顧客開拓を効率的に行うためのターゲット顧客絞り込み <ul style="list-style-type: none"> ・営業は確率論 ・ターゲット顧客の設定 5. 仮説思考を活用したターゲット顧客の設定 <ul style="list-style-type: none"> ・自社商品・サービスのターゲット顧客とは ・仮説を活用したターゲット顧客の設定方法 <ul style="list-style-type: none"> 仮説思考 <ul style="list-style-type: none"> 自社商品・サービスが解決する問題の洗い出し 問題を発生させる目標・現状の仮説設定 (演習) 仮説を活用したターゲット顧客の設定 6. 記憶に残るセールストーク <ul style="list-style-type: none"> ・顧客の記憶に残るための必要条件 ・顧客の記憶に残る簡易提案書 (演習) 簡易提案書の作成