

セールスマン研修

地殻変動の時代を勝ち抜くセールス・テクノロジー

実践営業塾

ご提案書

お問合せは・・

株式会社コミュニティ・アドバンテージ

東京都千代田区神田佐久間町3-27-3

ガーデンパークビル

電話 03-3865-6676 FAX 03-3865-6677

『実践営業塾』開催のご提案

趣旨

- ・お客様に歓迎され、成果が上げ続けることができる営業マンの育成
- ・新規客の開拓、継続購入客の確保するためのトータル営業の確立

対象

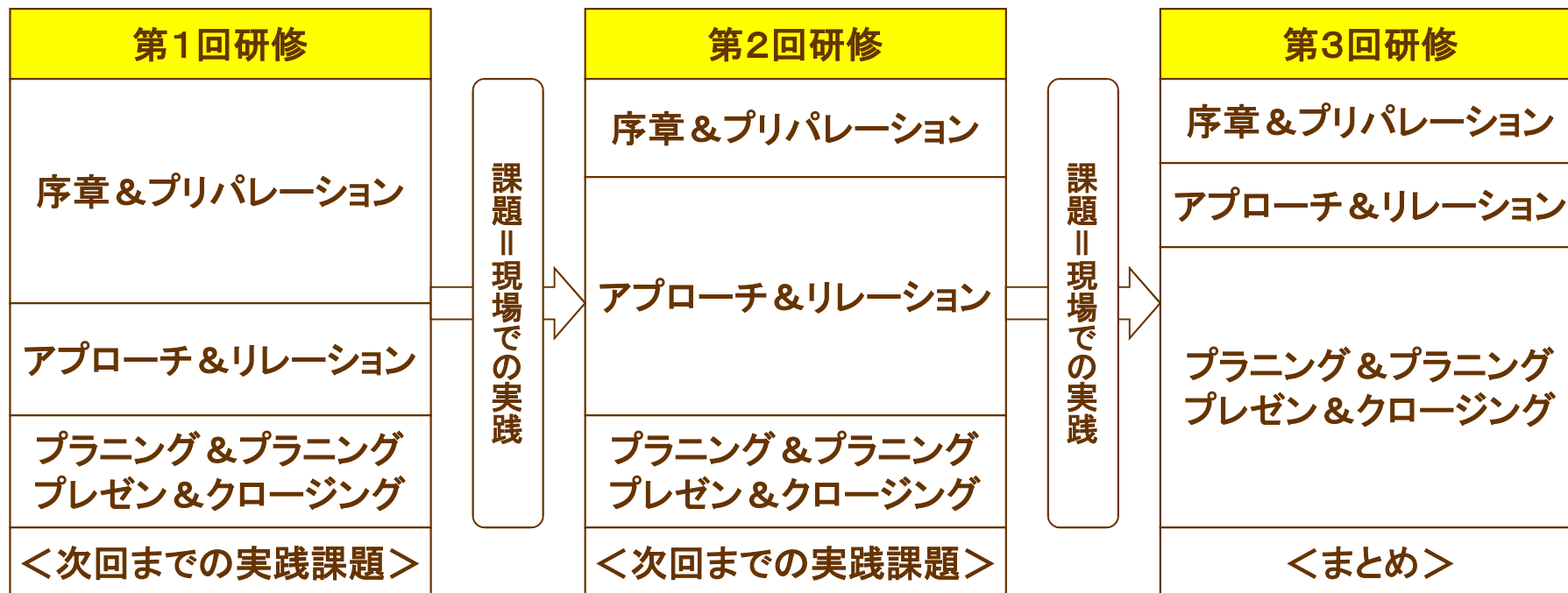
- ・業種・業態を問わず、訪問型営業を行っているメーカー・卸売業・小売業・サービス業の営業マン
- ・店頭営業マン、新任営業マンについては別途ご相談ください

形態

- ・10～20人の集合研修
- ・トータル3回(3カ月)の継続研修
- ・講義、訓練(ロープレなど)を組合せた習得・修得から体得

内容

- ・研修カリキュラムは次ページ参照
(業種・業態および貴社の実態・要望により再編も可能)
- ・初回研修から営業成果を上げるために下記のような組立てで実践(初回研修でトータルシステムの把握)



『実践営業塾』トータルカリキュラム

第1回「序章&プリパレーション(準備)」

時代の変化に合わせて、営業を進化させる

1. 「進化」できなければ「絶滅するのみ」
2. 引合い⇒推奨⇒提案営業の違い
3. 偽物提案営業と本物提案営業の違い
資料＝あなたはどっちの営業(チェックシート)
4. 営業計画を立案する
資料＝営業計画&管理シート(年間・月間・週)

成功の鍵は事前仮説にある

1. 自社をよく知る
 2. お客様をよく知る(状況把握)
資料＝情報収集一覧表
資料＝顧客仮説立証シート
 3. 仮説に基づく“情報”の作成
資料＝おみやげ情報好感度事例集(ネタ帳)
 4. ターゲットへの手紙の仕込み
資料＝手紙の事例集
資料＝手紙の書き方事例集(基本編)
 5. 訪問準備のための仕込み
資料＝訪問準備チェックシート
- ☆問題点引出しシート(A3判)
想定される関心事 20項目
↓
ベネフィットの描写
↓
提案の一例
※提案書の実例(別途10種類用意)
☆このシートを持ち歩くことにより、一定レベルの商談ができる

第2回「アプローチ&リレーション」

テルアポの極意

1. 手紙を送った会社へのテルアポ
資料＝テルアポ事例集
2. 初めてのテルアポ
資料＝初テルアポ事例集

飛び込み営業&アポ後訪問編

<顧客の心を掴む3つのI(愛)>

1. インプレッション<印象>
点検＝自己の印象チェック
 2. インパクト&インタレスト<注意喚起>
訓練＝名刺交換&自己紹介(ロープレ)
 3. インフォメーション<情報>
 4. 問題点引出しシートで関心事を探れ
 5. 話の聞き方の注意点
 6. 次回訪問の約束の取り付けポイント
 7. 初回訪問後のフォロー
資料＝アプローチトーク集・アプローチチェックシート
- ☆初回訪問トータルロープレの実施(習得・習得⇒体得)

リレーション(関係強化)

<情報提供を通じて「信頼」を強化する>

1. 情報提供“雑談ネタ”
2. 情報提供“業界ネタ”
資料＝個人情報66収集シート
資料＝企業提案準備シート
3. 顧客スタイル分類法
資料＝リレーションチェックシート

『実践営業塾』トータルカリキュラム

第3回「ヒアリング & プラニング」

ヒアリング & サーベイ(聴きだし)

<「知る」ことで圧倒的“差別化”をはかる>

1. 現状深耕質問
資料＝使える現状深耕質問トーク集
2. 問題焙煎質問
資料＝使える問題焙煎質問トーク集
3. 危機拡張質問
資料＝使える危機拡張質問トーク集
4. ハピネス質問
資料＝使えるハピネス質問トーク集
5. お客様の人間関係 & 力関係を探る
資料＝ヒアリングチェックシート

ネゴシエーション & プラニング

<油断は禁物!モレなくダブリなく抜かりなく>

1. 必要な部署・部門・ヒトへの配慮を怠るな
資料＝人脈見取り図
2. 提案書の作成
資料＝簡易提案書サンプル
資料＝ネゴ & プランチェックシート

第3回「プレゼン & クロージング」

プレゼンテーション

<他社との差別化で印象力を高めよ>

1. 自社に有利なプレゼンを仕込む方法
資料＝人脈見取り図
2. 魅せ方、話し方の注意点
資料＝プレゼンチェックシート

クロージング

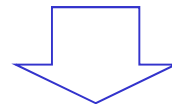
<終わりではなく“始まり”を意識する>

1. よくある反対への対応
資料＝よくある応酬話法集
2. 最終的な根回しの方法
3. 人は感情で動く
4. 引き際のいさぎよさも必要

フォロー

<信頼を強固にできるか脆くも崩壊するか!?!>

1. いい人ではなく、無くてはならない人を演出
2. 納品後がチャンス「紹介」を着実化
3. 顧客との永続化をもたらす“情報”提供



これらは統合して研修します