

社内研修のご案内（御社の社内で行うオリジナル研修のご案内です）

# できる営業を育てる！

## 営業研修のご案内

### 下手な営業を抱えていると会社の損は拡大するばかり

商品力や技術力で他社と差異化するのには困難な時代！営業力の有無こそが要！  
 一方下手な営業ばかり抱えていると、会社の機会損失は増すばかり！  
 今からでも遅くない、御社の営業をとことん鍛えよう！

### こんな困った営業、御社にはいませんか？

- その1 あれだけの優良顧客なのになぜこんな少ない受注なの！顧客ニーズの突っ込みの甘さ？
- その2 あれだけの大切な顧客になぜもっと訪問しないの！もしかして相性が合わないから？
- その3 大した受注は見込めない顧客なのに、なぜこれだけの手間ひまをかけているの！
- その4 営業活動といっても、大半が移動時間じゃないの！
- その5 納品だ、アフターフォローだ、時間がないだ！でも本音は新規開拓をしたくないからでは？
- その6 一方的なセールストークだけの営業、これならカタログ送付だけで十分では？
- その7 お客様に対して「ご苦労様です...」。彼が営業に行くほどわが社の恥が広がるだけ！

すべて実例です。他人事では済まされません。御社ではどうですか??

## できる営業になるための7大要素

顧客の成長発展を心から願う

“真摯さ”

顧客の成長発展を心から願う

“提案力”

安易さとラクさに甘んじない

“セルフマネジメント力”

顧客からの信頼を得られる

“教養と礼節”

プレゼンとヒアリング両者に長けた

“コミュニケーション力”

常に物事を学び続けられる

“継続学習力”

“できる営業”を育てませんか！是非裏面をご参照ください！！

回数	日程	プログラム
ヒアリング		研修に先んじて弊社担当講師が御社に伺い、以下につきヒアリング、現状把握をします。 これからの営業戦略は？                      営業社員に求めることは？ 今の営業社員の課題点は？                      研修で何を鍛えたいのか？
第1回	1日目	<b>1. 営業に託された偉大なる使命を知る</b> ・営業力こそ、あなたの会社成長の命運を握っている <b>2. できる営業とそうでない営業の違い</b> ・業種業態の違いを超えた「できる営業共通の特徴」を振り返る <b>3. できる営業になるための商談力向上訓練</b> ・まずはマナーの振り返りから    ・商談導入からクロージングまで
	2日目	<b>4. できる営業になるための行動管理力、顧客管理力訓練</b> ・営業は自分の行動を自己管理できなくてはならない ・顧客のABCランクづけと対応方針立案のしかた <b>5. できる営業になるための自己啓発プラン策定</b>
第2回	1日目	<b>6. できる営業になるための提案力訓練</b> ・顧客を知る、顧客のあるべき姿を考える ・顧客のあるべき姿具現化のために、わが社は何を提案できるのか ・これからの提案営業には欠かせない企画書作成訓練
	2日目	<b>7. できる営業になるためのクレーム対応訓練</b> ・クレームに対して前向きな姿勢を持つ ・クレームへの真摯な対応こそが本当の信頼関係を構築する ・クレーム対応に対する理想のステップを修得する
成果報告会		受講した営業社員ひとりひとりが、経営トップ、営業幹部に対して以下をプレゼンテーションします。 <b>研修で何を学んだのか      自分の行動は具体的にどう変わったか</b> <b>これから業績向上と顧客満足のために何をするのか</b>

お気軽にお問い合わせください

TEL. 052-307-1102

コンサルティング事業本部  
名古屋ビジネスユニット 経営戦略部

〒461-8516 名古屋市東区葵1-19-30マザックアートプラザ

URL <http://www.murc.jp>

### 講師

チーフコンサルタント

**西川 秀二**

にしかわ しゅうじ

### 略歴

早稲田大学法学部卒  
大手石油元売会社の総務人事部門を経て弊社入社。  
講師歴24年、これまで指導した企業数は500社以上。



### 企業内研修指導実績(例)

営業力強化研修(食品メーカー)、営業管理者研修(リース業)  
部長強化研修(専門商社)、経営戦略研修(鉄鋼メーカー)  
財務戦略研修(電気工事業)、次世代幹部研修(自動車メーカー)  
人事考課者研修(電気メーカー)

### 公開セミナー・登壇実績(例)

弊社SQUETセミナー  
「部長特訓スクール」  
「プロ社員の仕事の進め方」  
「プロ社員の仕事の段取り」  
中小企業技術者研修「営業革新講座」

当社は三菱UFJフィナンシャル・グループの一員としてMUFG行動規範に基づき活動しています。

MURC の社内研修

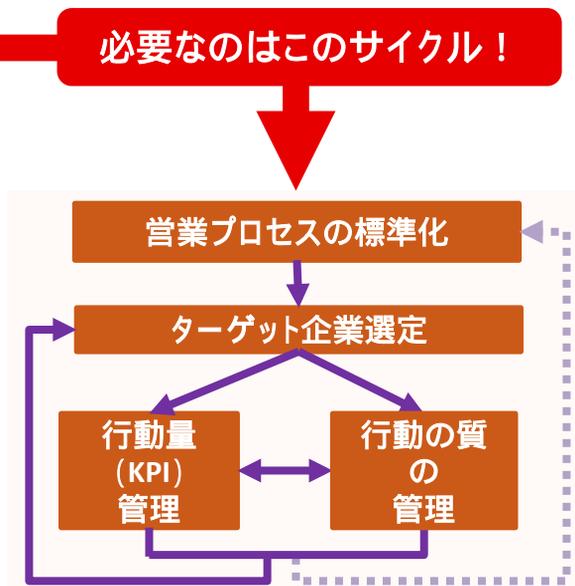
# 数字で計り・考動できる営業部隊を作る

## 営業KPIと行動管理ができる人材育成と管理体制構築支援のご案内

営業力強化をしたいけどできない。例えばこんな状況はありませんか？

- ✓ ターゲットが絞れず、とりあえず顧客リストを片っ端からアプローチしている
- ✓ せっかく経営陣の人脈で訪問できたが、他の業務が多忙でフォローができていない
- ✓ 営業情報を共有するためのツールを導入したが、徹底されずいつの間にか立ち消えた
- ✓ 特定の人がハイフォーマーだが、その要因をセンスの良さだけで片付けている
- ✓ 1件成約するためには何件の提案が必要で、何件訪問するかというKPIがない
- ✓ 営業進捗会議を毎週しているが、ゴールも指摘事項もないただの報告会となっている
- ✓ そもそも営業プロセスのスタンダード(標準)がない

必要なのはこのサイクル！



KPIとその根拠にある行動の質を追求・管理し続けることが、最終的には営業強化に繋がります！

経営者・管理者としてのメリット

「営業できているかどうか」の可視化を通して先が読める安心感を得られる！

営業社員としてのメリット

行動量と注力すべきプロセスが明確になることで自信をもって行動できる！

営業が持つておくべき企業数は？

< 訪問顧客KPIの例 >

攻略企業 10社  
毎月訪問

ニーズ有 30社  
隔月訪問

可能性有 60社  
四半期訪問

1件成約するのに各プロセスに何件必要？

< 営業プロセスKPIの例 >

ターゲット

100

訪問

50

提案

25

成約

1

営業プロセス

対象企業数

何故次のステップに行けた？ / 行けない？

課題は何？

何故その課題がある？

どうしたらその課題は解決？

当社に何ができる？

いつまでに解決が必要？

更なる課題は？

さあ、着実な営業人材と体制をつくりましょう！裏面をご覧ください

ヒアリング  
【半日~1日】

貴社の社長や営業部門責任者に、以下についてお伺いします。  
 貴社の営業戦略は？ 現状の営業プロセスと管理は？  
 貴社の営業(人員・組織)のあるべき姿は？ 営業上の課題は？  
 必要に応じて営業会議の見学

研修 +  
アクションプラン  
策定  
【3日間】

講義だけでなくディスカッションやグループワークを通じて営業管理の基礎を学び、受講者ご自身で貴社の営業管理プロセスの整理とアクションプランを策定します。

	午前	午後
1日目	<b>1. 営業管理、できていますか？</b> ・貴社の営業の現状と課題は？ [ディスカッション] ・自社の事業に関する強み弱みの分析 (PPM分析、SWOT分析) [グループワーク&ディスカッション]	<b>2. 強みが生きる顧客を狙おう！</b> ・顧客のターゲットング(STP分析) ・貴社の強みが刺さるターゲット企業の定義は？ ・ターゲット企業の成約確度(ランク付け)の定義は？ [グループワーク&ディスカッション]
2日目	<b>3. 数字で分かる営業プロセス</b> ・現状の営業プロセスの確認 (プロセスの可視化、妥当性の検証) ・貴社にとっての標準的な営業プロセスとは？ [グループワーク&ディスカッション]	<b>3. 数字で分かる営業プロセス</b> ・1件成約するためには各プロセスで何件行動(KPI)が必要か？ ・貴社にとっての標準的なKPIは？ [グループワーク&ディスカッション] 事後課題:各課でのKPIの検証
3日目 (1か月後)	<b>3. 数字で分かる営業プロセス</b> ・事後課題(KPI)の検証 ・標準的な営業プロセスとKPIの再設定 [グループワーク&ディスカッション] <b>4. 数字で考動する部下育成</b> ・やり切ることが部下と組織を強くする ・部下指導の基本(知識・技能・やる気)	<b>4. 数字で考動する部下育成</b> ・KPIに見る行動の質の傾向 ・目標達成のためのコミットメント重視型コーチング [ペアワーク] <b>5. KPI達成のためのアクションプラン策定</b> ・営業プロセスとKPI定着のために管理職としてすべきこと

進捗管理  
【月1回】

確定した営業プロセスとKPI(行動量)、アクションプランについて、貴社営業会議に弊社コンサルタントが実際に参加をして進捗確認します。  
 KPIが達成できているのか否か、できていない/できている理由(行動の質)と対策などを忌憚なく指摘・議論します。このような実践の中で、管理職として数字で行動管理するための手法を学び、習慣化できる人材を育成します。

スケジュールイメージ(貴社のご要望に応じ、柔軟に期間設定をいたします)

フェーズ	1ヶ月	2ヶ月	3ヶ月	4ヶ月	5ヶ月	6ヶ月	7ヶ月	8ヶ月	9ヶ月	10ヶ月	11ヶ月	12ヶ月
ヒアリング	→											
研修・アクションプラン策定		→										
進捗管理				→	→	→	→	→	→	→	→	→

定期MTGの中で営業プロセスと管理手法定着を通して営業部門の中核人材の育成を行います！

【担当講師】

三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)  
 コンサルティング事業本部  
 名古屋ビジネスユニット 経営戦略部

コンサルタント  
**三村 宗充**  
 みむら むねみつ

約10年に渡り、日本・中国で  
 営業管理職を経験



略歴

筑波大学第二学群人間学類卒  
 大手人材サービス会社にて約15年に渡り日本及び中国の営業支店責任者として提案営業ならびにそのマネジメントに従事。その他コールセンタープロジェクトマネージャー、海外事業管理担当マネージャーを経て弊社入社。

その他の企業内研修実績(例)

新入社員向けビジネスマナー研修  
 指導者養成研修  
 コールセンター向けCS基礎研修  
 など

お気軽にお問い合わせください

TEL. 052-307-1102

コンサルティング事業本部  
 名古屋ビジネスユニット 経営戦略部

〒461-8516 名古屋市東区葵1-19-30マザックアートプラザ

URL <http://www.murc.jp>

当社は三菱UFJフィナンシャル・グループの一員としてMUFG行動規範に基づき活動しています。

# MURC の社内研修

イチから学んで即実践

営業担当者向け研修

# そうだったのか提案営業！

## 営業研修のご案内

営業人材の採用や育成で、このように考えていませんか？

コミュニケーションが得意な人であれば営業はできる

フットワークさえあれば営業はできる

商品知識をしっかりと覚えれば営業はできる

一方、現場の営業の皆様からはこんな声も聞きます。。。

顧客の依頼は全うしているが大きな商談が取れない

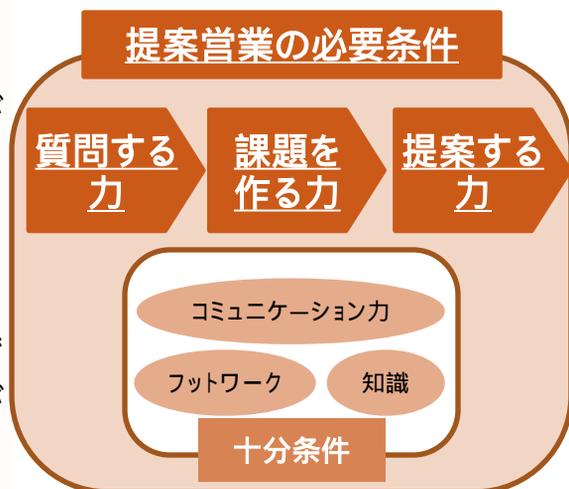
担当者とはプライベートの話までする関係だが大きな案件をいただけない

顧客へは頻繁に訪問しているが売上につながらない

今営業として求められるのは、「自社の商品を売り込むこと」ではありません  
 「顧客の課題を自社の商品を通して解決すること」= 提案営業です！  
 そして提案営業は、体系的に学び着実に行動すれば誰でもできるんです！

## そう、提案営業は体系的に学べるんです！

- ✓ 営業には「商材営業」と「提案営業」があるんです！
- ✓ モノ・サービスが売れない昨今、「**提案営業**」が必要なんです！
- ✓ 提案営業には**5つのプロセス**があるんです！
- ✓ 提案営業はPR力ではなく**質問する力**が命なんです！
- ✓ 顧客の課題を**顧客と一緒に作る力**と、その上で**顧客には見えていない課題を作る力**が重要なんです！
- ✓ プレゼンテーションをするにも、押さえておくべきコツ、つまり**提案する力**がいるんです！



提案営業をイチから学んでみませんか？是非裏面をご参照ください！！

【プログラム(例: 2日間×2回 + 成果報告会をセットにしたプログラム)】

回数	日程	プログラム
ヒアリング		研修に先んじて弊社担当講師が貴社に伺い、以下につきヒアリング、現状把握をします。 貴社の営業の特徴は？(対象顧客とプロセスの確認) これからの営業戦略は？ 営業社員の現状の課題とあるべき姿は？ 研修で何を鍛えたいのか？
第1回	1日目	<p><b>1. ようこそ！提案営業の世界へ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・あなたの今の営業スタンスは？</li> <li>・そもそもあなたは何のために営業していますか？</li> <li>・御用聞き営業と提案営業の違い</li> </ul> <p><b>2. 提案営業の5つのプロセス</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アプローチ→リサーチ→ソリューション→プレゼンテーション→クロージング</li> </ul> <p><b>3. 提案営業プロセス アプローチ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「会って知る」と「知って会う」の違い(事前準備の重要性)</li> </ul>
	2日目	<p><b>4. 提案営業プロセス リサーチ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Give x 3の精神(関係を深めるにはまずは顧客にとって有益な情報を与えよ！)</li> <li>・顧客をさりげなく深堀するために、9種の質問を投げ分ける！</li> <li>・「課題だと思っていること」だけが課題とは限らない</li> </ul> <p><b>5. 提案営業プロセス ソリューション</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・情報整理と真因追求ができれば、おのずと課題と解決策が見えてくる (ロジカルシンキングと仮説立案)</li> </ul>
第2回	1日目	<p><b>6. 提案営業プロセス プレゼンテーション</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客を惹きつけるための資料とは？(プレゼンテーションプランとストーリー作りの重要性)</li> <li>・顧客に「御社を使いたい」と言わせるための「見せ方」と「話し方」</li> </ul> <p><b>7. 提案営業プロセス クロージング</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客が意思決定するために、私たちが背中を後押しする</li> </ul>
	2日目	<p><b>8. 試してみよう！提案営業</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・貴社攻略企業を想定して、アプローチ～クロージングまでのプロセスを実習</li> </ul>
成果報告会		受講者一人ひとりが、経営トップ、営業幹部に対して以下をプレゼンテーションします。 <b>研修で何を学んだのか 自分の行動は具体的にどう変わったか</b> <b>これから業績向上と顧客満足のために何をするのか</b>

対象顧客や営業のスタンスは企業によって千差万別。だからこそ担当コンサルタントが貴社の営業の特徴や課題を事前ヒアリングし、プログラム策定と研修もワンストップで実施します

【担当講師】

三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)  
コンサルティング事業本部  
名古屋ビジネスユニット 経営戦略部

コンサルタント  
**三村 宗充**  
みむら むねみつ



**略歴**

筑波大学第二学群人間学類卒  
大手人材サービス会社にて約15年に渡り日本及び中国の営業支店責任者として提案営業ならびにそのマネジメントに従事。その他コールセンタープロジェクトマネージャー、海外事業管理担当マネージャーを経て弊社入社。

**その他の企業内研修実績(例)**

新入社員向けビジネスマナー研修  
指導者養成研修  
コールセンター向けCS基礎研修

など

お気軽にお問い合わせください

TEL. 052-307-1102

コンサルティング事業本部  
名古屋ビジネスユニット 経営戦略部

〒461-8516 名古屋市長区葵1-19-30マザックアートプラザ

URL <http://www.murc.jp>

当社は三菱UFJフィナンシャル・グループの一員としてMUFG行動規範に基づき活動しています。



三菱UFJリサーチ&コンサルティング