

～売上につながる営業計画の立て方と営業活動の回し方～ 実践で学ぶ！ 営業計画の作り方

関西校

営業・マーケティング

研修のねらい

効果的な営業活動の展開には、営業戦略・営業計画を立案し、組織的に取り組んでいく必要があり、適切な指標を持ち、営業活動を回していくことが重要になります。

本研修では、マーケティングの基本と営業戦略・営業計画の立て方を理解した上で、インターバルを活用して自社の営業計画の立案に取り組むとともに、営業プロセスのPDCAサイクルの回し方と、組織的な営業活動の進め方を学びます。

研修のポイント

- ☑ 営業とマーケティングの考え方を事例を交えて学びます。
- ☑ インターバルを活用して自社の営業計画立案に向けた情報を収集し、整理します。
- ☑ 組織的な営業活動を展開するための営業マネジメントを身につけます。

研修期間

2024年
1/25(木)～1/26(金)
2/27(火)～2/28(水)
(4日間、26時間※インターバル有)

対象者

経営幹部、営業部門の管理者

- ・営業部門の責任者
- ・営業計画の立て方とマネジメントの仕方を学びたい方
- ・営業管理者・営業リーダー

定員 30名

受講料 36,000円(税込)

会場

中小企業大学校 関西校

月日	時間	科目	内容
1/25 (木)	9:15～ 9:30	事務連絡	
	9:30～12:30	営業活動のベースとなるマーケティング	組織的・戦略的な営業活動を進める上で重要なマーケティングの視点を理解した上で、営業戦略・営業計画について学びます。 ・マーケティングの基本 ・営業部門の機能と役割 ・戦略で考えるべき5つの要素 ・顧客選択・差別化の仕方 ・お客様をファンにする7つのステップ ・増客につなげる営業施策の考え方
	13:30～17:30		
1/26 (金)	9:30～12:30	営業戦略・営業計画のベースとなる「顧客の購買プロセス」の理解【演習】	営業戦略・営業計画の策定の仕方を理解した上で、実際に自社の営業計画の立案に取り組みます。 ・営業戦略と営業計画の立て方(事例演習) ・自社の営業計画の検討
	13:30～16:30		
インターバル期間を利用して、営業計画の立案に必要な情報収集(自社の顧客の流れを見える化・数値化するための資料作成)を行います。			
2/27 (火)	9:30～12:30	営業計画の立案【演習】	インターバルで収集した情報を基に、営業計画の立案に取り組みます。 ・インターバルの振り返り ・増客に導く行動・反応指標を用いた自社営業計画の立案 ・営業計画導入時の課題と対策(事例演習)
	13:30～17:30		
2/28 (水)	9:30～12:30	営業マネジメントのポイント	営業計画に基づいた営業活動を行う際の、マネジメントのポイントを学び、営業計画を実行性のあるものにしていきます。 ・営業管理の考え方と取り組み方 ・営業部門等の部下や後輩の意欲と能力を引き出すコツ ・組織知を高める営業活動の展開方法 ・自社に合った営業計画を回すための改善ポイント(演習)
	13:30～16:30		
	16:30～16:45	修了証書交付	

※事務連絡等を含んだ時間：26時間30分

講師紹介(敬称略)

ストラテジー&タクティクス株式会社 代表取締役社長
佐藤 義典(さとう よしのり)

早稲田大学政治経済学部卒業後、NTTで営業・マーケティングを経験後、MBAを取得。外資系メーカーにて、ガムのブランド責任者としてマーケティング・営業・開発・製造などを統括。その後、外資系マーケティングエージェンシー日本法人にて、営業チームのヘッド、コンサルティングチームのヘッドなどを歴任。2006年ストラテジー&タクティクス株式会社設立、代表取締役社長に就任。

自らの営業・マーケティングの現場経験、コンサルタント経験から、「戦術無き戦略は無力」「戦略なき戦術は場当たり的」であり、経営戦略を現場での実行まで落とし込むことが重要だと痛感。「戦略をカタチとして実現する」ことを理念とする。著書は「図解 実践マーケティング戦略」「事例で分かる 実践BtoBマーケティング」「お客さまにはうれしさを売りなさい」など多数。