

コース名	売れる営業計画の作り方 マーケティングの視点で考える営業マネジメントの実践法			
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ます。そのためには、マーケティングの視点をもつ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実際に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。			
研修の特長	<ul style="list-style-type: none"> ・営業とマーケティングの考え方について事例を交えて学びます。 ・インターバルを活用して実際に自社の営業計画の立案に取り組みます。 ・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。 <p>◆本コースでの学習と併せて、下記コースをご活用ください。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「No.41 提案営業の考え方・進め方」2024年7月2日（火曜）～ 7月4日（木曜）〈3日間〉 ・「No.42 新規顧客開拓の考え方・進め方」2024年7月30日（火曜）～ 7月31日（水曜） / 9月6日（金曜）〈全3日間〉 ・「No.44 売上につながるWebマーケティング講座」2024年11月28日（木曜）～ 11月29日（金曜）〈2日間〉 			
研修期間	2024年9月25日（水曜）～ 9月26日（木曜） 2024年11月6日（水曜）～ 11月7日（木曜） 〈全4日間〉			
対象者	経営幹部、管理者 ・営業部門のマネージャー・リーダーの方 ・自社の顧客の購買プロセスを知りたい方 ・営業計画の再構築を検討されている方	定員	20名	受講料 36,000円

日付	時間	科目	内容	講師
9/25 (水)	9時20分～9時40分	オリエンテーション		中小企業大学校担当職員
	9時40分～17時40分 (昼休 12時20分～13時20分)	営業活動のベースとなるマーケティング	<p>組織的・戦略的な営業活動を進めるにあたり、重要なマーケティング戦略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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングの基本 ・営業の5つの戦略要素 (戦略BASICS：戦場、独自資源、強み、顧客、メッセージ) ・自社の顧客・強みの明確化【演習】 	佐藤 義典 ストラテジー & タクティクス 株式会社 代表取締役社長
9/26 (木)	9時20分～16時20分 (昼休 12時20分～13時20分)	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）	<p>営業戦略・営業計画の策定の仕方を理解した上で、自社の営業戦略・計画の立案に役立つ、顧客の購買プロセスの見える化・数値化に取り組みます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客の購買プロセスと営業施策の考え方 ・顧客の購買プロセスの数値化方法 ・事例演習：顧客の購買プロセスの見える化 	
インターバル課題「営業計画の立案に向けた情報収集」 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・数値化するなど）を行います。				
11/6 (水)	9時20分～17時20分 (昼休 12時20分～13時20分)	営業計画の立案（演習）	<p>営業戦略策定から数値・行動計画の作成方法までの営業戦略・計画の作成手順を学びます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターバル期間の振り返り ・営業戦略・戦術の策定方法 ・数値・行動計画を中心とした営業計画の作成方法 ・事例演習：営業課題の数値化と営業計画 	佐藤 義典 (前掲)
11/7 (木)	9時20分～16時20分 (昼休 12時20分～13時20分)	営業マネジメントのポイント	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業管理の考え方と取り組み方 ・組織的な営業活動とチームの意欲と能力を引き出すコツ ・PDCAサイクルの効果的な回し方 ・自社演習：営業戦略・計画の作成 	
	16時20分～16時30分	修了証書の授与		中小企業大学校担当職員

※カリキュラムは都合により変更する場合がありますので予めご了承ください。

講師氏名	略歴
佐藤 義典 (さとう よしのり) ストラテジー & タクティクス 株式会社 代表取締役社長	早稲田大学政治経済学部卒業後、NTTにて営業・マーケティングを経験し、アメリカ・ペンシルベニア大学ウォートン校で経営学修士（MBA）を取得。外資系メーカーでガムのブランド化責任者として、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を設立し、代表取締役社長に就任。グロービス・マネジメント・スクールにてマーケティングの講師も務める。著書に「ドリルを売るには穴を売れ」等がある。読者数2万人を超えるマーケティングメルマガ「売れたま！」発行人としても知られる。中小企業診断士。