コースNo. 43

中小企業大学校

東京校

営業・マーケティング

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

売れる営業計画のつくり方

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。

研修のポイント

- ☑ 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。

研修期間

2024年

9/25(水)-9/26(木)

11/6(水)-11/7(木)

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(税込)

会場

中小企業大学校 東京校

東京都東大和市桜が丘2-137-5

月日	時間	科目	内容
9/25(水)	9:20-9:40	オリエンテーション	
	9:40-17:40 (昼休 12:20-13:20)	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。 ・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】
9/26(木)	9:20-16:20 (昼休 12:20-13:20)	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、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。 ・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)	9:20-17:20 (昼休 12:20-13:20)	営業計画の立案（演習）	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。 ・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
11/7(木)	9:20-16:20 (昼休 12:20-13:20)	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 ・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
	16:20-16:30	修了証書の授与	

※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。

Be a Great Small.
中小機構

独立行政法人 中小企業基盤整備機構
中小企業大学校 東京校

こんなところ！ 東京校

受講風景や研修の様子はこちらからご覧頂けます。

＼事前確認で、安心して受講できる！／ facebook

申込方法

中小企業者の方であればどなたでも受講できます。
インターネットにてお申込ください。

※中小企業の定義は HP 等でご確認いただくか、当校までお問合せください。
　士業・経営コンサルタント等の方はお断りさせていただく場合がございます。
※応募者多数のためキャンセル待ちとなる場合がございますので、お早めにお申し込みください。
　応募状況は、HP でもご確認いただけます。

お申込み・お問い合わせ先

中小企業大学校東京校　企業研修課

〒207-8515　東京都東大和市桜が丘 2-137-5

URL　https://www.smrj.go.jp/institute/tokyo ※インターネットからお申し込みができます。

TEL　042-565-1207　E-mail　to-kenshu@smrj.go.jp

受講決定と受講料の納入

受入決定後、開講日の約 1.5 ヶ月前頃から貴社の連絡担当者様あてに「受講決定通知兼振込依頼書」等を送付いたします。受講料は指定日までにお振り込みください。（恐れ入りますが、振込手数料は貴社でご負担ください）。

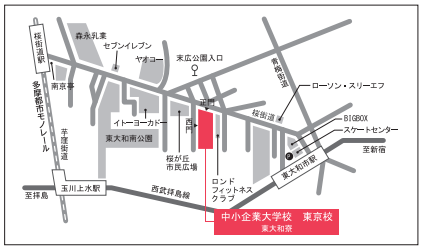
※納入後の受講料は、キャンセルされた場合にも一部または全額を申し受けますので予めご了承ください。
※より多くの企業の皆様が受講できるよう、原則として 1 コースあたり 1 社 2 名様までのお申し込みといたします（2 名を超える場合はキャンセル待ち扱いいたします）。

宿泊施設（東大和寮）

寮費：2, 700 円／1 泊（税込・朝食サービス）※寮費は変更になる場合があります。

宿泊施設を併設しております。
また、校内に食堂を併設しています。

中小企業大学校東京校　交通アクセス



JR山手線　高田馬場駅から／西武拝島線拝島方面行き　東大和市駅下車　徒歩10分
JR中央線　国分寺駅から／西武国分寺線小川駅乗り換え、西武拝島線拝島方面行き
　　東大和市駅下車　徒歩10分
JR中央線　立川駅から／多摩都市モノレール　玉川上水駅下車　徒歩15分
　　多摩都市モノレール　桜街道駅下車　徒歩15分
※西武線をご利用される場合、拝島線直通の急行または準急のご利用が便利です。
※受講生用の駐車・駐輪設備がございません。受講にあたっては電車・バス等の公共交通機関でお越しください。

インターネットによるお申込み方法

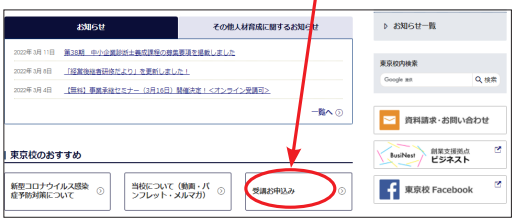
1 ホームページにアクセス

受講したい研修が決まったら、中小企業大学校のホームページにアクセス。
【東京校ホームページ】
https://www.smrj.go.jp/institute/tokyo/index.html

中小企業大学校　東京校　検索　※PC での申込みが便利です。

2 受講申込み

東京校トップページ下部「受講お申込み」をクリックします。



3 Web 申込み

「Web 申込み」をクリック。 ※研修詳細ページからも申込みできます。

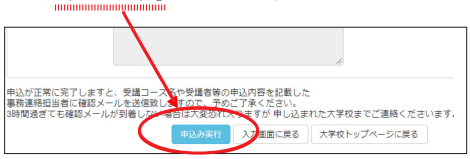
ご希望の研修コースをプルダウンしてお選びください。

以下必要事項をご記入ください。

4 確認画面 ▶ 申込み実行

申し込み画面に必要事項を入力後「確認画面へ」をクリックします。

内容が正しければ、「申込み実行」をクリック。



申込完了後東京校から確認メールが送付されます。

※確認メールが届かない場合や確認メールの内容が異なる場合は、お手数ですが東京校までご連絡ください。

次回からのお申込みが簡単に！

Web 企業 ID を登録がおすすめ！

Web 企業 ID を登録することで、次回からのお申込みがより簡単に！ぜひ、この機会にご登録ください。

登録方法
受講申込みのページ「事務連絡担当者」欄にある「Web 企業 ID の登録」で「可」を選択してください。

- 初回お申込み完了後、ご登録の e-mail アドレス宛に「お申込み受付の確認メール」が送信されます。
- 内容に従い、必ず Web 企業 ID のパスワード設定をお願いします。
- 次回以降は「Web 企業 ID を登録」　欄に ID と設定したパスワードを入力しログインしていただくと企業情報などが自動で入力されるほか、過去の申込履歴をご覧いただけます。

No.43

コース名	**売れる営業計画のつくり方** 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	・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。 ◆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。 ・「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**	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。 ・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t ～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）**	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。 ・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）**	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。 ・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**	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 ・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。