

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

顧客視点で考える！ 自社の売れる営業計画

東京校

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。

研修期間

2025年

9/25^木-9/26^金11/5^水-11/6^木

〈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(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

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めます。
- ✓ 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.39 提案営業の考え方・進め方」2025年6月24日(火曜)～6月26日(木曜)〈3日間〉
- ・「No.40 徹底サポート！自社の新規顧客開拓の進め方」2025年7月29日(火曜)～7月30日(水曜) / 8月28日(木曜)〈全3日間〉
- ・「No.42 一歩を踏み出す！実践で学ぶ価格交渉入門」2025年10月28日(火曜)～10月29日(水曜)〈2日間〉

月 日	時間	科目	内容
9/25 ^木	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 ^金	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る化・数値化するなど）を行います。			
11/5 ^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
11/6 ^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。
※研修初日終了後から交流会を開催する予定です。

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。

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といたします）。

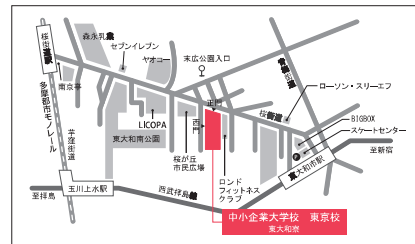


宿泊施設（東大和寮）

寮費：2,700円／1泊（税込）※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願いします。

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。



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。

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。



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。

コース名	顧客視点で考える！自社の売れる営業計画 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.39 提案営業の考え方・進め方」2025年6月24日（火曜）～ 6月26日（木曜）〈3日間〉 ・「No.40 徹底サポート！自社の新規顧客開拓の進め方」2025年7月29日（火曜）～ 7月30日（水曜）/ 8月28日（木曜）〈全3日間〉 ・「No.42 一歩を踏み出す！実践で学ぶ価格交渉入門」2025年10月28日（火曜）～ 10月29日（水曜）〈2日間〉				
研修期間	2025年9月25日（木曜）～ 9月26日（金曜） 2025年11月5日（水曜）～ 11月6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 (木)	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BASIC S：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 (金)	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）	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。

11/5 (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)
11/6 (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		

※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。