

！ 具体的な販売計画の立案方法や進め方の手順が学べます！

E101

生き残っていくために戦略を学ぶ！ 営業戦略・販売計画の立て方と 管理の進め方



経営力強化

開催日 平成29年 8月28日(月)～8月29日(火)

時間 9:30～16:15 (休憩45分)

研修期間 2日間

研修時間 12時間

受講料 12,960円(税込) / 1名様

業種		受講階層	
製造・建設・運輸	●	若手社員	
卸・小売	●	中堅社員	
情報通信	●	管理・監督者	●
サービス	●	経営者・経営幹部	●

研修のねらい

経済のグローバル化、多様化により、景況、市場環境の予測が立てづらくなっている中で、しっかりとした中期営業計画を立て、着実に営業成績を向上させている企業もあります。

この研修では、営業のPDCAをしっかりと動機づけし、着実に営業戦略を実現するための具体的な計画立案方法と進め方の手順、効果的な管理手法についてケーススタディーの検討も行い実践的に学びます。



内容・カリキュラム

1日目

- 1 自社の営業戦略、販売計画をチェックしよう
 - ・自社の営業戦略、販売計画は適切か？
- 2 顧客重視の戦略がなぜ問われるか？
 - ・顧客志向から顧客中心へ
 - ・売するための仕組みを考える三つの視点
- 3 営業戦略のベースとなる考え方
 - ・営業戦略のベースとなるマーケティング発想とは？
 - ・戦略について考える
- 4 営業戦略立案に際して有益な戦略発想
 - ・顧客マトリクス分析
 - ・ABC分析 等
- 5 営業戦略～販売計画立案ステップ
 - ・営業戦略に基づいた販売計画設定の重要性
 - ・営業戦略～販売計画立案のステップ
- 6 環境分析で実施すべきことは何か
 - ・営業戦略を立案するために必要な情報、分析について考える
- 7 戦略コンセプト（戦略方針）の設定
 - ・戦略コンセプトとは、戦略コンセプトの例
 - ・戦略コンセプト設定で欠かせないこと

内容・カリキュラム

2日目

- 8 営業戦略の設定
 - ・営業目標の設定
 - ・戦略テーマの設定
- 9 販売計画、行動計画の設定
 - ・販売計画とは
 - ・個別（顧客、商品、個人）の数値目標の決め方
 - ・重点顧客、重点商品についての個別管理
- 10 営業戦略立案のケーススタディー
 - ・グループに分かれてケースを活用した営業戦略立案
 - ・グループワーク
 - ～グループからの報告、全体討議
- 11 営業管理（PDCA）の進め方と自社への導入
 - ・営業管理のPDCAが機能しない理由
 - ・営業管理のPDCAの事例（受注生産型企業）
 - ・自社の営業管理の総点検

