

CS・販売力強化研修 ～顧客接点の質を高める～

■ねらい

顧客接点の質を高めるために、営業がお客様にもっと興味・関心を持ち、販売プロセスにおける成果を上げるための実践的なスキルを学び、お客様にプロとしてのアドバイスができることを目指した研修です。優績セールスの分析を通じて抽出した、販売とCSの両面を取り入れたセールスプロセスの構築実施の知見をもとに、現場に即したお客様視点の営業の実践手法を提供します。

■テーマ概要

対象：営業職（中堅社員）

時間：1日（6時間）

人数：20名

■カリキュラム一例

内 容

1. 商談分析／お客様タイプ別対応

- ① 4つのお客様タイプ（DISC）とその特徴
- ② 自分の商談（成約・非成約）の分析
- ③ お客様タイプ（DISC）別のアプローチ方法
- ④ グループワーク（商談事例の分析）
- ⑤ お客様の心理から見た成約のポイント

【事前課題】

商談分析シートへの記入
（成約できた事例・成約できなかった事例）

2. アプローチ（最初の接触）

お客様の心理から考える（1）アプローチ

- ① アイスブレイク 話をしやすい雰囲気を作る
- ② ラポール お客様の緊張をほぐし情報を得る
- ③ 傾聴と共感 お客様との信頼感・関係を構築する
- ④ ロールプレイ アプローチ

3. ニーズの把握と商品説明

お客様の心理から考える（2）ニーズの把握

- ① 要望とニーズの違い
- ② 現在過去 未来の順で質問する
- ③ お客様のニーズを聞き出す話の組み立て
- ④ ニーズ深堀り質問 3つのステップ

お客様の心理から考える（3）商品説明

- ① 効果的な商品説明の3つのステップ
- ② お客様に提案する時の説得力を格段に高める方法
- ③ ロールプレイ

4. 試乗

お客様の心理から考える（4）試乗

- ① グループワーク（現在の試乗前、試乗中、試乗後に行なっていること）
- ② 試乗前、試乗中、試乗後ですべきこととトーク
- ③ 次のステップにすすめる方法

5. クロージング・お客様の決断不安の解消

お客様の心理から考える（5）クロージング

- ① お客様の決断不安を解消するのがクロージング
- ② 決断不安の心理と「4つの不」
- ③ お客様の「4つの不」に対する深堀り質問
- ④ お客様の決断不安への対応 5つのステップ
- ⑤ ロールプレイ

6. まとめ