

セールス基本研修

■ねらい

営業の仕事とは何かを顧客の視点で理解し、その成果を最大化するための原則（ルール）を学習します。B to Cセールスにおいては、合理性だけでなく顧客の感情やひとりひとりの特性に寄り添った営業展開が必要であることと、能動的に営業機会を創出することの重要性を理解し、実践を促します。

■テーマ概要

対象：営業職

時間：7時間

人数：20名

■カリキュラム一例

内 容
1. 営業とはなにか (1) 営業の仕事を定義する（目的と目標） (2) 営業パーソンに必要な能力とは何か＜演習＞ (3) 顧客が買わない理由を考える＜演習＞ (4) 営業の定義とポイント（BtoBとBtoCの違いから） 2. 営業成果の条件 (1) 顧客から見た営業プロセス（4つの段階） (2) 信用と信頼を得る＜演習＞ (3) 人は見た目で判断する（印象形成の重要性） (4) 「あなたからまた買いたい」と思わせる方法 3. ニーズとウォンツ (1) 顧客の購買動機は？（合理性？感情？） (2) ニーズ×ウォンツマトリックス (3) 顧客のステージ別で考える営業対応法＜演習＞ (4) 顧客のニーズ×ウォンツを高める＜ロールプレ実践＞ 4. 営業活動の3つの原則 (1) 能動的に営業機会を作る出すPDCA (2) 話すより聴く（コミュニケーションの鉄則）＜ロールプレ実践＞ (3) ソーシャルスタイルを理解したプレゼン＜演習＞ (4) 人間関係を味方につけて成約をあげる

1. 営業とはなにか

- (1) 営業の仕事を定義する（目的と目標）
- (2) 営業パーソンに必要な能力とは何か＜演習＞
- (3) 顧客が買わない理由を考える＜演習＞
- (4) 営業の定義とポイント（BtoBとBtoCの違いから）

2. 営業成果の条件

- (1) 顧客から見た営業プロセス（4つの段階）
- (2) 信用と信頼を得る＜演習＞
- (3) 人は見た目で判断する（印象形成の重要性）
- (4) 「あなたからまた買いたい」と思わせる方法

3. ニーズとウォンツ

- (1) 顧客の購買動機は？（合理性？感情？）
- (2) ニーズ×ウォンツマトリックス
- (3) 顧客のステージ別で考える営業対応法＜演習＞
- (4) 顧客のニーズ×ウォンツを高める＜ロールプレ実践＞

4. 営業活動の3つの原則

- (1) 能動的に営業機会を作る出すPDCA
- (2) 話すより聴く（コミュニケーションの鉄則）＜ロールプレ実践＞
- (3) ソーシャルスタイルを理解したプレゼン＜演習＞
- (4) 人間関係を味方につけて成約をあげる