

# 戦略的行動強化研修

～ 目標達成ストーリーを立てて、計画的に行動する ～

## 【研修概要】

営業マンにとって、「毎期の目標達成」は絶対的な使命です。しかし、営業マンは目標を指示されると、達成は難しいと考えながらも、達成のためのストーリーも描かずに現在の商談を追いかけ始めます。結果として、市場環境・お客さまの業績次第、高額案件の成約次第ということになります。そんな結末にならないために既存顧客のリピート額をベースに、どこでどれほどの数字を上げればよいのか、案件ABCランク分析を踏まえて戦略的に計画・行動するスキルを習得します。

特長	1. 数字の上がない営業マンは存在感を示すことができない、楽しくないこと強調訴求する。 2. 予定リピート受注額と目標値の差を埋める行動前の計画の必要性を指導する。 3. 客観的視点での受注確率を強く意識させる。		
目標	1. 行動前の目標達成ストーリーの必要性を認識する。 2. 目標達成ストーリーの立て方について理解し作成できる。 3. 当面3か月間の行動計画を策定する。		
日数	1日間(ご相談に応じます)	人数	最大20名(ご相談に応じます)
対象	■ 新任営業マン ■ 初級営業マン ■ 部下指導に悩む営業マネジャー	進行	■ 4～5名グループ編成で展開・交流 ■ 実務スキル習得中心 ■ グループ討議等で活発な情報交換

## 【カリキュラム例】

1日コース	
午前	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ お客さま視点                             <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ ケーススタディ「イケイケ営業マン森杉さん」                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「犬棒営業」からの脱却</li> <li>・ 目標達成の意義</li> <li>・ 売れる営業方程式の確認</li> <li>・ 日常行動のチェック</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>■ お客さま分析                             <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 既存顧客の購買力、拡張性分析</li> <li>◇ インストアシェア分析</li> <li>◇ 水漏れ状況、ブランドチェンジ獲得状況</li> </ul> </li> <li>■ ABCランク基準                             <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ ABCランク基準を確認する</li> </ul> </li> </ul>
午後	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 120%達成計画の策定                             <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ どこに、何を、いつPRするのか                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ お客さまの年間購買行動時期</li> <li>・ 目標達成のための訪問必要量計算</li> <li>・ 主力商品の年間営業計画</li> <li>・ 大口顧客への年間営業計画</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>■ 至近3か月間の行動計画策定                             <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 商品と大口顧客ごとの行動計画の統合</li> </ul> </li> <li>■ 事後課題の設定(行動強化)と宣言</li> </ul>

- ◆ ベテランキャリア研修
- ◆ 研修内製化支援プログラム
- ◆ 変化対応力強化プログラム



visionseek.jp  
「成果」にこだわる人材開発・育成会社  
ビジョンシーク株式会社

〒534-0025  
大阪市都島区片町2-2-40 4F  
MAIL : info@visionseek.jp