

## 8. 営業力強化研修

- [概要] 営業力強化のためには既存顧客に対する深堀・拡大と新規顧客の開拓両面を考える必要があります。
- 既存顧客への営業強化に必要なのはアカウント・プランに基づく営業です。アカウント・プランを立案するためには、顧客の概要や販売実績、顧客と関係の整理だけではなく、顧客の経営課題の整理・体系化が必要となります。この研修ではフレームワークを活用した経営課題の整理・体系化方法を習得することができます。
- 新規顧客の開拓にはターゲットを絞り込んだアプローチが必要になります。この研修では、仮説思考を活用したターゲット顧客の設定方法を習得することができます。
- [学習目標] アカウント・プランの内容が理解できる  
フレームワークを活用した経営課題の整理・体系化ができる  
仮説思考を活用したターゲット顧客の設定ができるようになる
- [受講対象者] IT企業の営業の方
- [前提条件] 特にありません
- [日数] 2日間
- [形式] 講義＋演習（演習中心）
- [時間] 9：30～17：00

[タイムスケジュール]

| 日程      | 内容   |
|---------|--|
| 第1日目 AM | 1. 既存顧客営業と新規顧客営業の強化ポイント <ul style="list-style-type: none"> <li>・既存顧客の深堀・拡大を行うために必要なアカウント・プランに基づく営業活動</li> <li>・新規顧客開拓に必要なターゲットを絞り込んだアプローチ</li> </ul> 2. アカウント・プランに基づく既存顧客への営業活動 <ul style="list-style-type: none"> <li>・営業ステップ               <ul style="list-style-type: none"> <li>アカウント・プランの作成、顧客リレーションの構築</li> <li>ニーズの把握、提案、受注、導入、アフターケア</li> </ul> </li> <li>・アカウント・プランの内容               <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客の概要、販売実績、顧客との関係、顧客の経営課題、ソリューション・プラン</li> </ul> </li> <li>・アカウント・プラン立案プロセス               <ul style="list-style-type: none"> <li>アカウント情報の収集、問題点の抽出、経営課題の検討、ソリューション・プランの作成</li> </ul> </li> </ul> 3. フレームワークを活用した経営課題の整理・体系化のステップ <ul style="list-style-type: none"> <li>・概要</li> <li>・経営ビジョンの確認</li> <li>・環境分析</li> </ul> |
| PM      | (事例演習) 経営ビジョンの確認<br>(事例演習) 環境分析 (SWOT 分析)<br>・経営課題の立案<br>(事例演習) 経営課題の洗い出し (ダブル SWOT)   |
| 第2日目 AM | (事例演習) BSC を活用した経営課題の整理<br>(事例演習) 戦略マップの作成   |
| PM      | 4. 新規顧客開拓を効率的に行うためのターゲット顧客絞り込み <ul style="list-style-type: none"> <li>・営業は確率論</li> <li>・ターゲット顧客の設定</li> </ul> 5. 仮説思考を活用したターゲット顧客の設定 <ul style="list-style-type: none"> <li>・自社商品・サービスのターゲット顧客とは</li> <li>・仮説を活用したターゲット顧客の設定方法               <ul style="list-style-type: none"> <li>仮説思考                   <ul style="list-style-type: none"> <li>自社商品・サービスが解決する問題の洗い出し</li> <li>問題を発生させる目標・現状の仮説設定</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> (演習) 仮説を活用したターゲット顧客の設定<br>6. 記憶に残るセールストーク <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客の記憶に残るための必要条件</li> <li>・顧客の記憶に残る簡易提案書</li> </ul> (演習) 簡易提案書の作成  |