

営業力強化研修

～B2Bや産業製品、サービスなど～

売り込むのではなく、顧客が自ら購入を決断するように、お手伝いしよう！

- ◆ 会社の事業拡大・売上確保に向けて、潜在顧客をどのように見つけ出すか？
- ◆ 初回接触で高評価を得るためには、どのような準備が必要か？
- ◆ 顧客の真のニーズを深く理解し、最適な解決策や製品を提案するにはどうすればよいか？
- ◆ 新規顧客が自社製品・サービスを買いつけるように、どうすればよいか？

本研修では、**B2B営業の担当者が必要な営業スキルを習得し、改善することで、売上を伸ばし、顧客との持続可能な関係を築き、会社の事業活動を強化することを目的としています。**
貴社の営業部門の営業力強化にぜひご利用ください。

研修内容

1. 営業の基本概要

- ◆ 営業に対する新しい考え方：モノを売るのではなく、顧客に価値と利益の提供
- ◆ 営業職の位置づけ：営業における課題を乗り越える方法
- ◆ 営業を成功させるための重要なポイント
- ◆ 営業パーソンとしての3つの役割
- ◆ 営業パーソンに求められる3つの要素

2. 潜在顧客の発掘とアプローチ技術

- ◆ 目標顧客の特定と探索プロセス
- ◆ 顧客へのアプローチ戦略の構築
- ◆ 顧客とのアポイントメントの取り方
- ◆ 初対面での印象づくり

3. 顧客のニーズを理解し、引き出す技術

- ◆ 顧客の意思決定動機を特定する
- ◆ 顧客の購買原則とプロセスを理解する
- ◆ 顧客のニーズを掘り下げるための質問力と傾聴力
- ◆ 潜在的なニーズを深く理解する

4. 顧客への営業プレゼンテーション技術

- ◆ DISCモデルによる顧客の性格を把握し、説得力のあるプレゼンテーションを行う
- ◆ FAB法則 - 製品プレゼンテーション技術
- ◆ 解決策を提示するタイミングの見極め
- ◆ 顧客のニーズに応える解決策の提示

5. 営業のクロージング技術

- ◆ クロージングを妨げる要因
- ◆ クロージングのプロセスと技術

6. 顧客の反対意見を処理する技術

- ◆ 顧客の拒否をチャンスと見なす
- ◆ 顧客の拒否の理由を明確に理解する
- ◆ Q顧客の拒否を処理するプロセス

7. 顧客との関係構築とアフターフォロー

- ◆ 顧客との関係性と機会の分析
- ◆ 顧客とのつながりを深める方法
- ◆ 関係性を通じて顧客への価値を提供する

8. 1ヶ月のアクションプラン作成

* 内容は若干変更となることがございます。



研修のねらい



- ➡ プロフェッショナルな営業マインドと積極的な営業態度を持つ。
- ➡ 顧客の属性、期待、および自社の製品・サービスに対する心理を深く理解する。
- ➡ 顧客の開拓、顧客との関係構築能力を持つ。
- ➡ 効果的なB2B営業プロセスを理解する。
- ➡ 顧客との関係を築き、販売後も顧客をケアする方法を理解する。

対象者



- スタッフ
- 中間管理職
- 初級管理職
- 上級管理職

実施方法



理論30%、実践70%（グループディスカッション、プレゼンテーション、ケーススタディ、ロールプレイ、ゲームなどを活用した実践的アプローチ）



HCM HEAD OFFICE

Nam Giao Building 1, 261-263 Phan Xich Long, Cau Kieu Ward, HCM

HANOI REPRESENTATIVE OFFICE

Sao Mai Building, No.19 Le Van Luong St., Thanh Xuan Ward, Hanoi