

**一般企業向け  
人材育成カリキュラム  
ベーシック版**

- **営業力強化研修**  
～オプション～

**JMI**

**株式会社 日本マネジメント協会（中部）**

**JAPAN MANAGEMENT INSTITUTE**

〒464-0075 名古屋市千種区内山3-10-17 今池セントラルビル4F

TEL 052-745-6010 FAX 052-732-0010

MAIL [jmi.145@aioros.ocn.ne.jp](mailto:jmi.145@aioros.ocn.ne.jp) URL <http://www.jmi-web.co.jp>

# 営業力強化研修 ～オプション～

## オプション内容

ご要望に応じて以下のオプションを研修に加えることも可能です。

| 内 容  | 詳細・得たい成果  |
|--|---|
| <p>● <b>ビジネスマナーの再確認</b><br/>【講義&amp;ロールプレイ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 約束を守る。</li> <li>▶ 挨拶の大事さから人間関係の基本を考える</li> <li>▶ 訪問時のマナー、名刺交換の基本の再確認</li> <li>▶ 営業としての言葉遣いの注意点<br/>(相手の人と自分の関係性に基づき言葉遣いも変える)</li> <li>▶ 営業としての電話対応の注意点</li> </ul> | <p>《 ビジネスマナーを営業基本研修で学ぶコンセプト 》<br/>社長と同行したときも恥ずかしくない振る舞い出来るようになる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 約束を守る。</li> <li>● 挨拶をすることが大事なのは？その理由から人間関係の基本を考え、信頼関係を築くヒントを得る。</li> <li>● 人は他人とのコミュニケーションによって、自分の存在を感じられる。逆にいえば、コミュニケーションがなければ自分の存在を感じることが出来なくなる。</li> <li>● お客様との信頼関係を築くためには、いかに、お客様にお客様自身の存在感を感じさせるかが大切になる。</li> <li>● 名刺交換の基本を再確認する。</li> <li>● 今回確認したい一番のポイントは、訪問時のマナーと、挨拶から名刺交換の流れのなかで、相手の目をしっかりと見ているかどうかということ。</li> <li>● 挨拶から商談におけるアイコンタクトの重要性について話をする。</li> <li>● 見込みのお客様を、既存のお客様へお連れした際にどのように紹介し、挨拶をし、更にその後の御礼をいかに行うかを身に付ける。</li> <li>● 営業としての言葉遣いの注意点を理解する。</li> <li>● 「すみません」ではなく、「ありがとうございます」「申し訳ございません」を使う。</li> <li>● 自分の周りの人がどういう言葉遣いをしているかではなく、自分と相手との関係性に基づき言葉遣いも変える。</li> <li>● 電話対応の注意点を理解する。</li> <li>● 名乗った時に「〇〇ですが」と言っていないか。<br/>「〇〇と申します」と謙虚な姿勢を大切にする。</li> <li>● 「〇〇さん、いらっしゃいますか」よりも「〇〇さんにおつなぎ頂けますか」の方がベター<br/>など→「自己啓発のマナー研修」の紹介もしつつ、マナーの向上につなげる</li> </ul> |
| <p>● <b>商談に使える心理テクニック</b><br/>【講義】</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● フット・イン・ザ・ドア・テクニック<br/>小さなOKを引き出し、そこから次の仕事につなげ、徐々に大きな仕事につなげていく。</li> <li>● シャット・ザ・ドア・イン・ザ・フェイス・テクニック<br/>一度、営業マンからの要求を断ると、次の要求は断りづらくなる。</li> <li>● 一貫性の法則<br/>お客様が「Yes」といったことは、その後、それに反するようなことは言いにくくなってしまう。</li> <li>● ラベル貼り効果<br/>お客様に対して、良いイメージを持っていることを伝える。そのイメージを伝えられると、それに反することをお客様はしにくくなる。</li> <li>● 好意の返報性の法則<br/>相手に好意的な行動をすれば、相手からも好意的な行動が返ってくる。</li> <li>● ミラーリング<br/>お客様と同じ言葉を使ったり、同じ動作をしたりすることで親近感を感じさせることが出来る。</li> <li>● 二つの選択肢のテクニック<br/>「Yes、No」で答えられるような問いかけではなく、「AorB？」のように問いかける。</li> </ul>   |

| 内 容   | 詳細・得たい成果   |
|---|--|
| <p>● <b>営業力のレベルアップ</b><br/>【グループ討議&amp;講義】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 報告・連絡・相談(上司とのコミュニケーション)のレベルを上げる</li> <li>▶ 自分自身の営業活動のPDCAを回す</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 報告・連絡・相談(上司とのコミュニケーション)について感じている問題点を出し合い討議する。</li> <li>● 討議の上、解決策を見出す。</li> <li>● 営業に限らず、マネジメントサイクルを回すのは仕事の基本。</li> <li>● しかし、出来ている人も企業も意外と限られている。だからこそ、このPDCAのサイクルを回すことで他者、他社よりも一段上に行ける。</li> <li>● PDCAの簡単な回し方について解説をする。</li> </ul>   |
| <p>● <b>営業マンとして知っておくべき財務的知識の習得</b><br/>【講義】</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 損益計算書とは何か？</li> <li>● 損益計算書の中に出てくる5つの利益(売上総利益、営業利益、経常利益、税引前当期利益、当期利益)の違いを知る。</li> <li>● 営業利益8%が意味するものとは？</li> <li>● 手形とは、手形割引とは、融通手形とは？</li> <li>● 貸借対照表とは何か？</li> <li>● 貸借対照表から客先の安全性を視る。</li> <li>● 黒字倒産とは？そもそも倒産とはどういうことか？</li> </ul>  |
| <p>● <b>マーケティングの概念に基づく営業に使えるアイデア出し</b><br/>【講義・グループワーク】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ AIDMAに基づく実施事項の明確化</li> <li>▶ 顧客の成長プロセスに基づく実施事項の明確化</li> </ul> <p>見込み客<br/>↓<br/>顧客<br/>↓<br/>得意客<br/>↓<br/>支持者<br/>↓<br/>代弁者<br/>↓<br/>パートナー</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 売上の公式(客数×客単価)に基づく実施事項の明確化</li> </ul> <p>※ グループディスカッション</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● AIDMAのそれぞれのプロセスごとに、次のプロセスへ移行させるには、何をどうしたらいいのかを考える。<br/>(「お客様は、この時いったいどんな気持ちでいるのだろうか?」を考えながら)</li> <li>● お客様を成長させていくために、営業マンとして出来ることは何かを考える。</li> <li>● 売上の公式に基づき、購買個数を増やすにはどうしたらいいか、商品単価を高めるためにはどうしたらいいかを考える。</li> </ul> <p>※ 4人一組のグループに分かれて、ディスカッションをしながら作成する。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p>※</p> <p>A :Attention (注意)</p> <p>I :Interest (興味・関心)</p> <p>D :Desire (欲求)</p> <p>M :Memory (記憶)</p> <p>A :Action (行動)</p> </div> |