

# UFJ総研 ビジネス研究会のご案内

[もどる](#)

## 業績アップを目指す！営業幹部・マネージャーのための 営業を変革強化するリーダー養成講座

毎月1回開催5回コース

- 第1講 営業変革:こんな営業のやり方は今すぐやめろ！  
研究課題1／自社営業部隊の強化・活性化のための具体策検討
- 第2講 新規開拓:新規開拓作戦の立て方、進め方  
研究課題2／自社新規開拓作戦を推進する対策検討
- 第3講 営業部隊の指揮統率:営業計画と目標管理で組織のやる気を引き出す  
研究課題3／業績不振拠点の抜本改革と組織改革の進め方
- 第4講 部下指導・育成:リーダーの部下指導・コーチングの実際  
研究課題4／業績不振営業担当者の再生産指導方法
- 第5講 営業戦略立案:マーケティング発想・戦略発想で業績を飛躍的に向上させる  
研究課題5／自社の新規事業開発を成功させる手順とは(リーダーが経営幹部になるために)

## 本講座についての講師からのメッセージ

市場の多様化がますます進み、ダイナミックな営業体制の見直しが求められる中、営業リーダーの役割は大きく変わりつつあります。

これからの営業リーダーには、

自ら営業現場の第一線に立ち、部隊を引っ張り好業績を実現させる

市場の変化をいち早くとらえて、的確な事業展開の舵取りを行う

会社の将来を担えるだけの総合力を有する幹部候補生となる

等の条件を満たすマルチトータルプレイヤーとしての役割が求められています。

この研究会は、

新規開拓戦略の立て方・進め方、営業部隊の指揮統率法、部下育成法を習得していただきます

毎回、講義中に演習を実施、課題を解いて頂きながら、自社の状況にあった営業業績改善策を検討します

グループディスカッション等を通じて、ご参加頂いている方々の交流の場をセッティングいたします。

対象	営業部長、営業課長、営業マネージャー、営業企画担当者		
日時	第1講／	年 月 日	
	第2講／	年 月 日	
	第3講／	年 月 日	
	第4講／	年 月 日	
	第5講／	年 月 日	
会場			
定員	30名(申し込み先着順とさせていただきます)		
参加費	全5回／		
講師	山川 裕正		

## カリキュラム

### 第1講 営業変革:こんな営業のやり方は今すぐやめろ!

#### 1、大変革期にはいった営業現場、勝ち残る営業と負け続ける営業の違いとは

突然取引停止される部品商社“当社の何が悪いんですか・・・”  
 インターネット取引で営業担当者削減の現実  
 業績格差はドンドン拡大する・・・20倍から100倍へ  
 なぜ、格差が拡大するのか・・・最新営業状況3つの視点、9つのポイント

#### 2、成果の出る方程式で営業を革新する

成果の出る方程式と営業担当者の問題点  
 自社の商品を自信と信念をもって語る  
 土俵を絞らずして、勝てる訳がない  
 攻め方は訴え方・プロセス・販売構造で組み立てる  
 攻める量をどうやって増やすのか

【演習1: 自社紹介3段論法トークの作成と自己紹介。参加者ロールプレイング】

#### 3、今求められている営業のあり方とリーダーの役割

営業のあり方、3つのスタイル  
 今できる優秀営業担当者像とリーダー像  
 管理者はもういない。7変化のリーダー像

#### 4、変化即応のメリハリある営業スタイルをつくれ

市場が変われば、営業が変わる  
 「マトリックス営業、4つの領域」で営業をこう変える  
 ハイスピード型横展開営業・・・いっきに市場をおさえる  
 パートナーシップ型企画提案営業・・・YES/NOを迫り、顧客を巻き込む  
 エンジニア型問題解決営業・・・専門技能をもって、顧客満足成果を実現する  
 コストダウン対応・・・営業担当者削減、徹底合理化  
 領域を間違えて、自ら墓穴を掘るな  
 商談のプロセス、4つの領域の場面展開  
 営業組織の編成とチームプレーも4つの領域から考える

【研究課題1: 自社営業部隊の強化・活性化のための具体策の検討】

### 第2講 新規開拓:新規開拓の立て方、進め方

#### 1、縮小マーケット時代、開拓できない営業は生き残れない

既存客営業と新規開拓営業の違いとは  
既存客営業も新規開拓である

## 2、成果の出る方程式にあわせた開拓営業活動の進め方

鮮明な提案物を3つ用意する  
訴え方とプロセスとにハッキリ分けて設計する  
販路構造の分析、課題を解決するのが販売促進

## 3、自信を持った提案トークをモデル化せよ

なぜ自信がもてないのか  
自信を持った提案トークの作り方・・・3段階、6段階の基本トーク  
核心をつく企画提案トークの作り方・・・説得トーク  
説得力をつける5つの要素、10のテクニック

## 4、提案書も作成できなければ、説得できないと覚悟せよ！

セールストークにあわせた提案書の構成  
提案書はこんなに簡単だ！・・・企画提案書、一枚提案書の作り方  
【演習2：自社一枚提案書の作成】

## 5、売り込むな、まずお客様のことを知り、交流をはかれ！

顧客情報の4つの区分  
質問の仕方、進め方  
問題解決の流れに沿った質問。説得の方法  
【演習3：自社の営業活動での、収集すべき顧客情報項目】

## 6、商談の流れに自社営業ノウハウを込めよ！

成功事例からプロセスを作る研修方法  
4つの領域にあわせたプロセスモデル  
アプローチ、プレゼンテーション、応酬話法、クロージングのポイント  
役割によって異なる説得のポイント  
情報収集も、商談の場面事に特定する

## 7、応酬話法と競合対抗商談はこう進める

【研究課題2：自社新規開拓作戦を推進する対策検討】

# 第3講 営業部隊の指揮統率：営業計画と目標管理で組織のやる気を引き出す

## 1、営業計画の考え方・・・なぜ計画を立てるのか

是までの計画がダメな理由  
もう平均積み上げ方式は崩壊した  
計画の種類と立て方の違い  
ルーチンワークの計画  
ゴールを目指す計画  
業績目標実現のための計画  
売れない理由ではなく、売れるやり方探しに知恵を絞れ  
【演習4：目標10%ダウンでの対策検討のやり方】

## 2、抜本的見直し計画(数値計画)の立て方

棚ぼた、流れもの、自力獲得の区別を  
MAX予測から、自由な創意工夫で獲得を  
MIN予測から、事前の危機対策を  
数値計画と活動計画の峻別を  
【演習5：自社営業部隊の抜本的数値計画づくり】

## 3、活動計画をどうつくるか

目的、目標、方針、計画、実行の違い

計画の範囲を決める・・・全社、営業全体、部門毎。5年、3年、1年毎。  
アイデア発想から、実行方法・スケジュール作成までのステップ  
年、月、週、日での計画作成

#### 4、計画設定にあわせた目標管理の進め方

計画検討、実行、評価のそれぞれによって異なる目標管理のやり方  
数値実績管理と先行管理の進め方  
商談プロセスの集計と進捗管理、先行管理

#### 5、組織を活性化させるやり方とは

【研究課題3:業績不振拠点の抜本改革と組織改革の進め方】

### 第4講 部下指導・育成:リーダーの部下指導、コーチングの実際

#### 1、あなたにとって幸せな人生とは

年齢が上がれば、給料が上がる訳ではないと自覚しているか  
トップが何も知らないと思え  
会社が発展するか、衰退するかはあなた次第

#### 2、営業部隊を率いる営業幹部、マネージャーの役割とは

意欲、責任感、使命感の違い  
大儀と情で組織を動かす  
現代若者気質を知れ  
バラツキをなくす管理から、異質な者を活かすリーダーシップを  
上・下、横、外とのチームプレーをコーディネートする

#### 3、部下を清水の舞台から飛び下ろさせるのが、上司の役割

叱る、褒めるは、結果評価。まず、勇気づけを！  
できる部下を褒め、出来ない部下を叱る。それでよいのか？  
すべてを活性化のために行動せよ  
部下の能力レベルとケースにあわせて進めるリーダーシップ  
3人の野球監督の話  
修羅場をくぐった数で人は育つ、商談の山場を経験させよ

#### 4、営業レビューとコーチング

人を動かす基本とは  
営業レビューは結果チェックではなく、今後の対策検討  
年、月、週、日で異なる指導のやり方  
週間ミーティングの方法  
日報、営業会議の意味と進め方

【演習6:自社の週間ミーティングのやり方】

#### 5、自分を知り、部下を知る

自分と部下の性格・能力を冷静につかんでいるのか(TAIによる、自己革新と交流分析方法)

【演習7:自分と部下の性格分析を行う】

部下の育成計画をたてよう

【研究課題4:業績不振営業担当者の再生指導方法】

### 第5講 営業戦略立案:マーケティング発想・戦略発想で業績を飛躍的に向上させる

#### 1、戦略発想で現状を打破する

戦略と戦術の違い・・・成果の出る方程式にあわせた戦略項目  
領域の3つの区分・・・PPMを営業戦略に当てはめる  
抜本的見直し計画と中期的な事業計画策定の違い  
変わることと変わらないこと

【演習8: 自社の5年後の顧客・商品構成を構想する】

## 2、事業の輪をつくる7つのキーワード

新しい切り口・コンセプトのつくり方  
情報発信の設計方法・・・ハイブリッド型情報発信  
顧客巻き込みの工夫・・・CRM(カスタマーリレーションシップマネジメント)  
外部連合の進め方、成功のポイント

【演習9: 7つのキーワードをチェックし、自社の事業の課題をつかむ】

## 3、4つの領域の戦略パターン

事業の成功要因の考え方  
先手必勝戦略と独自領域創造戦略  
領域最適化戦略  
事業展開戦略

## 4、顧客満足場面と購買決定満足場面がマーケティングの原点

購買決定に至るプロセスを分析せよ

## 5、今一度、幹部の自覚を！

テクニカルスキル、ヒューマンスキル、コンセプチュアルスキルとは  
コンセプチュアルスキルは、こうやって身につける  
営業を取り巻く環境を整備するのは、幹部の役割  
今、営業が会社を変える

【研究課題5: 自社の新規事業開発を成功させる手順とは。リーダーが経営幹部となるために】

もどる