

# 革新訴求型 戦略的営業セミナー

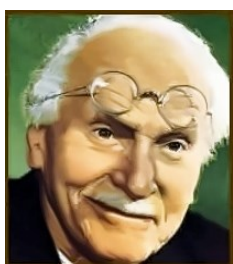
Innovation Pursuing Strategic Sales Seminar



## このコースの概要

このコースは、最高水準のセールスのテクノロジーを1日でまとめて提供するコースです。ソリューション・セールスを「セールス・プロセス」、「状況対応」、「戦略と戦術」、「マインド・セット」の側面から強化した最強の内容になっています。また、このコースではセールスの担当者が効果的に営業活動を進めるための「認識」や「スキル」と共に、それを支える「戦略ツール」が提供されます。販売戦略と戦術を統合して活用する戦略ツールを使いこなす経験も提供されます。

戦術としては、**ユングのタイプ論**の外向性/内向性と4つのタイプが紹介され、異なった特徴を持った顧客に対して、異なったアプローチを意識的にとれるスキルを獲得できます。戦略ツールとしては、顧客企業側の情報を一覧する「一覧チャート」と戦略的に商談を準備する「商談準備シート」、そして「仮説設定チャート」が提供されます。



### カール・グスタフ・ユング Carl Gustav Jung (1875年-1961年)

無意識、深層心理等の世界に光を当てたスイス生まれの心理学者。1921年に「タイプ論」を出版した。外向性と内向性、そして4つの心理的機能（センセーション、インチュイション、フィリング、シンキング）を通じて、人間を分析的に理解する分析心理学を確立しました。ユングによる分類は単なるイメージによる分類ではなく、情報入手と情報処理の特徴を基にした類型です。そして、心理的エネルギーの動きに関する心理的態度も配慮された類型であるため、営業活動に深いかかわりのある認識を私達に授けてくれます。今までしばしば使われてきた類型論とは違った、コミュニケーションに関する深く、新しい理解を私達に授けてくれます。

## このコースの対象者

以下の3つの特徴を持つセールスに関わっている法人セールスの担当者、および管理職の皆様

- ① 複雑な意思決定プロセスを持った会社を対象にセールス活動をしている。
- ② 購買の意思決定に関わる人が少なくとも3人、平均して4~6人はいる会社を対象にしている。
- ③ 一つの案件の受注を得るまで、一か月から一年以上の時間がかかることが多い。

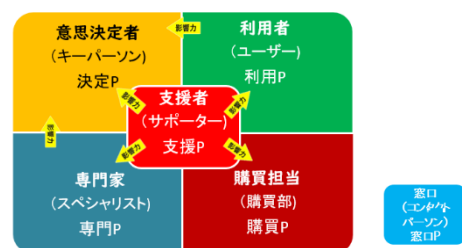
## このコースの特色

- 短時間に、経済的に、効率的、効果的に最高水準の学習を進めることができる
- 単にノウハウの提供だけでなく、戦略スキルを効果的に活用できるツール（システム）も提供される統合型のコースになっています。
- 今までのソリューション・スキル・コースでは扱われなかった対人スキルの新しい視座が紹介されます：ニーズの捉え方/特性と役割に基づく「状況対応」/満足を越えたものを目指すマインド、等
- 今までのセールス・スキル・コースに比較し、より積極的なプロフェッショナル・セールスが適用できる機会が強調されています。
- 一つの会社での参加者が7名を超えた段階で、「仮説設定チャート」と顧客情報を一覧で整理する「一覧シート」、そして、3種類の「商談準備シート」のエクセル版ワークシートが提供されます。必要な場合は、各社で部分的に改訂して活用することができます。

## 提供できる価値

参加者に支援ツールを提供しつつ、戦略策定のスキル、戦術的対応力を体得させます。コースを通じて、以下の効果が期待されます。

- 自分で考え行動する、誇りを持ったセールスを育てる
- より積極的なセールスを育てる
- 成約率を向上させる
- 顧客会社との信頼関係を強化できる
- 顧客企業からの情報収集力の強化
- 優秀セールスと一般セールスのギャップを狭めることができる



顧客側の6つの役割に注目して戦略を構築します。

※ ユング理論の外向性/内向性、そして4つの理論が紹介されますので、できれば、ユングコースと組み合わせて、2日コースとして受講していただくと、より高い効果が期待できます。セールスの方々の人格も向上させることができます。

## このコースの内容

セールス・プロセスの各ステージの理解を深めた後、参加者の実際に進行中の営業活動のケースを用いて、情報の整理と戦略構築を実行しつつ学習を深めていくセミナーです。コミュニケーション戦術の準備を含めた、具体的な営業戦略を構築する経験をクラスの中で持つことができます。

<1日コース>

### 営業活動の基礎

- 戦略と戦術
- 整理された情報の力
- 変化/発展する営業目標
- 革新と顧客感動を生み出すマインドセット

### セールスプロセス

- セールス教育の歴史
- セールス・プロセスを動かすエンジン
- プレリサーチ
- アプローチ
- ニーズの発展と明確化の支援
- ニーズの明確化の3段階と3領域
- タイプ論の4分類と外向性/内向性
- 自社商品の強みと弱みを把握する
- ニーズの深い理解をベースにした提案
- 提案書の作成
- 決断を促す/堂々と推薦する
- 納品とフォローアップ

### 顧客側の関係者と戦略的アプローチ

- 顧客の関係者…6つの役割
- 各関係者のニーズ
- 購買担当への対応
- 「一覧シート」の活用
- 意思決定者に接近する
- 意思決定者とのミーティング

### 商談の戦略的準備

- 「商談準備シート」の活用
- 商談での各タイプの留意点
- 最後に、最も大切なこと：目標と目的

## 受講者からの声

- 外向性と内向性で使うべきアプローチがこれほど違うことは新しい発見でした。
- センサーに対する対応を理解するだけでも、このコースの受講料の何倍もの価値があると思う。
- センサーについては逆のやり方で対応していたので、驚くとともに、勉強になった。
- 戦略シートは、オリジナルのもので問題なく使えるが、自由に改定できることがありがたい。
- 「商談準備シート」は素晴らしい。これを準備するだけで、活動効率が大きく高まると思う。
- 重要な情報を分かりやすくまとめており、非常に効率的かつ効果的なコースだと思う。
- 色々学べたが、最後に紹介されたセールスのマインドは、大きな価値があると思う。
- 今後は、状況に応じて、積極性をもっと打ち出すようにしたい。いいヒントを頂きました。
- 決して無駄にならないコースだと思います。意思決定者について色々学べたのが特に役立つと思う。
- テキストは、具体的で例示が多いので、復習がしやすい。

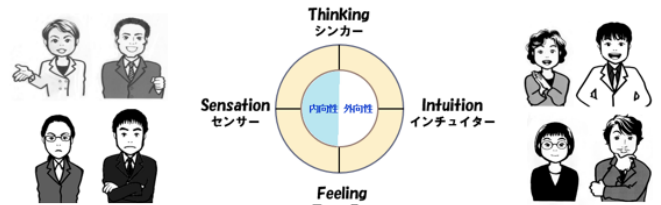
## コア・コンセプト・ラボラトリー・ジャパン LLC

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 2-19-15 宮益坂ビルディング 609

[info@ccljapan.com](mailto:info@ccljapan.com)

<http://www.ccljapan.com>

パートナー会社以外のトレーニング会社、コンサルティング会社、および、その関連会社からのご出席はお断りしております。



タイプ論を使った対人戦術が紹介されます。

会社名		営業目標		年月	
目的	達成	達成	達成	達成	達成
手段	手段	手段	手段	手段	手段
結果	結果	結果	結果	結果	結果
心掛け	心掛け	心掛け	心掛け	心掛け	心掛け
リスト	リスト	リスト	リスト	リスト	リスト

戦略構築のためのシートが提供されます。