


## 新顧客開拓を推進するための「営業幹部実践講座」

1. **ネライ**：企業の営業力は実に、新顧客開拓で試されます。営業幹部やリーダーが部門目標達成のために現状の営業力を見直し、新顧客開拓を進め先導役を果たせるように、戦略と作戦の再構築について実践スキルを習得します。

2. **対象**：営業の課部長

3. **カリキュラム**：(研修日数：2日)

研修メニューに戻る場合は、左上のブラウザの戻り矢印  をクリックしてください。

	研修内容	研修の方法
第一日	<p align="center"><b>《新顧客開拓戦略と作戦の再構築》</b></p> <p>勝ち方にはルールがある。新顧客開拓で競業企業を打ち破るベストな方法を考え出す</p> <p><b>1. 営業力は新規開拓能力で決まる</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 営業の日常管理と目標管理</li> <li>☆わが社の営業力点検</li> </ul>	<p>情報提供 自己診断</p>
	<p><b>2. 需要予測</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市場機会の大きさ、成長度、利益の可能性を評価して予測し、売り上げ計画を立てる</li> <li>・ 需要は空間、製品、時間レベルで測定する</li> <li>・ 顕在化市場と潜在市場を明確にする</li> <li>・ 市場カバーの漏れを発見する</li> <li>☆取扱商品ごとの需要予測</li> </ul>	<p>情報提供</p> <p>演習</p>
	<p><b>3. 新顧客開拓戦略をどうつくる</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自社営業力の現状把握をするには</li> <li>・ 競合他社にない自社の独自性、優位性は何か</li> <li>・ お客様には何が得られるのか、独自の何か</li> <li>・ 自社の強みはこれから市場を掘り出せるのか</li> <li>・ お客様に提供できる価値、能力を拡大するには</li> <li>・ 新顧客開拓戦略の構築法には</li> <li>☆自社コア・コンピタンス（中核能力）の明確化</li> <li>☆自社「勝ち方」ルールの究明</li> </ul>	<p>情報提供</p> <p>演習</p>

	研修内容	研修の方法
第二日	<p><b>4. どう作戦を練り展開するのか</b></p> <p>～作戦の要諦を孫子の兵法、ランチェスター戦略に学ぶ～</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 競合企業とは不毛の戦いをせずに、利益を出す</li> <li>・ 敵を知り己を知るならば、絶対に敗れる気遣いはない</li> <li>・ 短期決戦に打って出て成功した例はあっても、長期戦に持ち込んで成功した例はない</li> <li>・ 十の力で、一の力になった相手を攻める</li> <li>・ 攻撃して必ず成功するのは、敵の守っていないところを攻めるからである。</li> <li>・ ランチェスター戦略の第一法則は「一騎打ちの法則」、局地戦での戦いは数の多いほう、武器性能が高いほうが勝つ</li> <li>・ ランチェスター戦略の第二法則は「確立戦闘の法則」、広域戦での戦いは強者の確率論で戦いであり、弱者はこれを避けなければ絶滅する</li> <li>・ お客様の心をつかみ競合企業に勝つ状態をつくるとは</li> </ul> <p>★攻略ステップ作戦体系表の作成</p> <p>★我社、現下の重要案件必勝作戦の考案</p>	<p>情報提供</p> <p>演習</p>
	<p><b>5. 差別化できる自社攻略ツールと話法をどう持つ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 初回商談の装備とは</li> <li>・ 競業企業とのバッティングに備える装備とは</li> <li>・ お客様の契約締結意思を後押しする装備とは</li> <li>・ お客様と長いお付き合いができる装備とは</li> </ul> <p>★差別化できる自社攻略ツールの作成</p> <p>★攻略話法の考案と検証</p>	<p>情報提供</p> <p>演習</p>