

＜顧客に価値＞＜自社に高利益＞をもたらす

# 技術者にしかできない「ソリューション営業」とは

～顧客の懐に潜り込み、事業機会や事業課題をみつけソリューションを提供するには～

- 日 時● 2016年 3月18日(金) 13:00～17:00
- 会 場● 東京・麹町『企業研究会セミナールーム』 TEL:03-5215-3512
- 講 師● 株式会社ニューチャーネットワークス  
取締役 シニアコンサルタント 福島 彰一郎 氏

【経歴】1995年東京大学大学院工学系研究科材料学専攻修士課程修了  
1996年同大学先端時科学技術研究センター研修生  
1998年カーネギーメロン大学技術政策学部修士課程修了  
1999年経営コンサルティング会社“ニューチャーネットワークス”に入社  
2011年同社取締役に就任、現在に至る

## ◆開催にあたって

顧客がどんな事業をしているか分かっていますか？どのような業務を行い、どこで困っているの分かっていますか？顧客も自社と同じように日々業務を行い、課題解決に取り組んでいます。顧客としては課題解決に役に立つのであれば、多少高い製品であっても購入を検討するものです。

一方、いくら技術的に優れていても、安価なものであっても、課題解決に関係の無い製品にはお金は払いません。これは自分達がサプライヤーから材料・部品などを購入する立場の場合をイメージすれば容易に理解できることです。市場成長せず競争激化の市場では、顧客の課題解決を意識しない自社製品の説明だけのモノ売り営業では到底、顧客に選んでもらえません。今より少し目線をあげて、顧客企業がどのような製品・サービスを扱っているのか？ターゲット顧客は？そして競合は？と洞察し、顧客の事業の強み・弱みを理解し、それを踏まえて顧客が明確に気が付いていない事業機会や事業課題を見つけ、自社の技術的強みを軸にしたソリューション提供です。このレベルで顧客とパートナーシップできれば、競合他社に対しても強力な差別化ができます。

当セミナーではそのようなことができるための知識・スキルの習得、行動につながる気づきを得てもらうことを目的とします。現場において実行に反映させ、早期に成功体験をもち、どんどん大きなビジネス成果を出していただければ、技術系のビジネスリーダーとしても大きな成長をしていただきたいと思います。

＜＜詳細は裏面をご覧ください＞＞

### ●受講料● 1名(税・資料代含む)

正会員	32,400円	本体価格 30,000円
一般	35,640円	本体価格 33,000円

- 申込書に所定事項ご記入の上、下記担当者あてに FAX いただくか、当会ホームページからお申し込みください。後日(開催日1週間～10日前までに)受講票・請求書をお送り致します。
- 申込書をFAXにてご送信いただく際は、FAX番号をお間違えないようご注意ください。
- よくあるご質問(FAQ)については当会ホームページでご確認いただけます。  
〔TOP〕→〔公開セミナー〕→〔よくあるご質問〕
- お申込み後のキャンセルは原則としてお受けいたしませんので、お申込者をご出席できない場合には、代理の方のご出席をお願い申し上げます。
- 最少催行人数に満たない場合は、中止とさせていただきます。

一般社団法人企業研究会

担当：福田 E-mail: fukuda@bri.or.jp

〒102-0083

東京都千代田区麹町 5-7-2 麹町 M-SQUARE 2F

TEL 03-5215-3512 FAX 03-5215-0951

一般社団法人企業研究会 セミナー事務局宛 FAX 03-5215-0951

\*当会ホームページ (<https://www.bri.or.jp>) からもお申込みいただけます。

151835-1010(※)		2016.3.18	
申込書 技術者にしかできないソリューション営業とは			
会社名	フリガナ		
住所	〒		
TEL		FAX	
ご氏名	フリガナ	所属 役職	
E-mail			
ご氏名	フリガナ	所属 役職	
E-mail			

\*お客様の個人情報は、本研究会に関する確認・連絡、および当会主催のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

# ＜「顧客に価値」「自社に高利益」をもたらす＞技術者しかできないソリューション営業とは

## ●プログラム●

13:00

### I. 技術者のソリューション営業の全体像

- 国内においてもグローバル競争の現実
- グローバル競争をサバイバルするには顧客ビジネスの競争力向上、業績向上に貢献すること
- ソリューション提案とは
- バランスド・スコアカードによる事業分析
- 技術者と顧客との創発的な対話による価値の創発
- 顧客企業の分析から提案書作成までの流れ

### II. 顧客の概要分析と当社ソリューション仮説の想定

- 顧客企業の大まかな外部環境分析 ○顧客企業の大まかな内部環境分析
- 顧客の事業企画・事業課題の想定 ○当社ソリューション仮説の想定

### III. 『財務の視点』からの顧客企業の分析

- 損益計算書を活用した財務の視点分析
- 貸借対照表を活用した財務の視点分析
- 損益計算書と貸借対照表を活用した財務の視点分析
- 戦略毎の重要な分析指標の例
- 財務の視点からの強み・弱みの把握

### IV. 『顧客の視点』からの顧客企業の分析

- 市場分析、製品サービス分析
- 戦略パターン別の分析指標の例
- 顧客の視点からの強み・弱みの把握

### V. 『業務プロセスの視点』からの顧客企業の分析

- 業務分析すべき重要な業務プロセスの選定
- 業務プロセス分析 ～品質・コスト・納期～
- 主な業務プロセスにおける分析指標の例
- 業務プロセス分析の視点からの強み・弱みの推定

### VI. 『学習と成長の視点』からの顧客企業の分析

- 人・組織のハード面の分析 ○人・組織のソフト面の分析
- リーダーシップ、組織文化面の分析 ○学習と成長の視点からの強み・弱みの把握

### VII. 顧客企業のビジネス・メカニズム把握

- 4つの視点からの顧客企業のビジネス・メカニズムの把握
- 顧客企業の強み・弱みを「立体的」に把握

### VIII. 提案コンセプト企画とは

- 自社のコア技術の確認
- コア技術を軸にしたソリューション企画（概要、内容）
- 顧客ベネフィットの明確化 ～財務面のベネフィットまで想定～

### IX. 提案書作成

- エグゼクティブサマリー ○外部環境分析
- 内部環境分析 ○今後の事業機会、事業課題
- ソリューション提案

### X. 顧客企業の購買組織分析

- 顧客企業の利害関係の把握
- 営業シナリオと営業体制の検討

### XI. 提案実施

- 営業の苦手な技術者でもできる「聴き込み営業」とは
- 質疑応答の準備 ～提案の場の準備シート～
- 提案リハーサル
- 提案実施
- フィードバック ～提案の良い点・改善点の抽出シート～

17:00

(参考資料) ブレークスループロジェクトとは ～連続的な成果創出と個人と組織の変革～

※講師とご同業の方は受講をお受けしかねる場合がございます。予めご了承ください。

休憩