

モノ売り営業から脱却し顧客事業にインパクトを与える ソリューション営業の実践講座

- 日 時● 2017年 6月27日(火) 13:00~17:00
- 会 場● 東京・麹町『企業研究会セミナールーム』 TEL:03-5215-3516
- 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

顧客にとって製品を購入する最大の理由は『自社課題を解決してくれるから』であり、『優秀な技術』や『安価な提供』等の製品説明はあくまで過程にすぎません。担当者は顧客を深く理解し、『顧客事業の課題解決には何が必要か』を考え、『自社製品はどのようにして顧客課題に貢献できるか』を伝えることで、競争が激化した市場において優位性を保つことができます。

そこで本講座では、まず顧客獲得競争を取り巻く近時の状況を解説することで問題を整理します。次に顧客企業の課題を分析するために留意すべき点を、ステップごとに解説します。最後に、顧客課題分析を通して得た知見を元に、効果的な企画・提案を行うノウハウについて演習を通して学んでいきます。

《詳細は裏面をご覧ください》

◆ご参加していただきたい方

- ・ 開発テーマ検討のために顧客ヒアリングを行っている技術者
- ・ 生産財メーカーやシステムインテグレーターなどの法人営業担当者
- ・ コンサルティング営業ができる人材を育成したい方
- ・ 営業支援スタッフ など

●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かねますので、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 03-5215-3516 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。

171384-0107(※)		2017.6.27	
申込書	モノ売り営業から脱却し顧客事業にインパクトを与えるソリューション営業の実践講座		
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。

モノ売り営業から脱却し顧客事業にインパクトを与えるソリューション営業の実践講座

●プログラム●

13:00

はじめに 「顧客獲得競争」を取り巻く近時の状況

- ・国内にいてもグローバル競争の現実
- ・受注できると思った案件を最後になって失注していませんか ～経営者目線をもたないと最後に受注できない～
- ・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・スコアカードの4つの視点による顧客事業分析
- ・誰でも出来る「聴き込み営業」とは ～良い質問を準備して顧客との創発的な対話をする～
- ・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
- ・事例に学ぶ「高利益製品を連続的に創出するためのマネジメントサイクル」とは

第1部 顧客企業の課題を分析する

【ステップ1】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・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

【ステップ2】『財務の視点』からの分析

- ・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

【ステップ3】『顧客の視点』からの分析

- ・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

【ステップ4】『業務プロセスの視点』からの分析

- ・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

【ステップ5】『学習と成長の視点』からの分析

- ・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

【ステップ6】顧客企業のビジネス・メカニズムを把握し「良い質問」を導出する

- ・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
- ・ビジネス・メカニズムを踏まえた「良い質問」の導出
- (演習) 顧客企業のビジネス・メカニズム把握

休憩

第2部 顧客企業へ提案を行う

【ステップ1】提案コンセプト企画とは

- ・自社の強みの確認
- ・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～
- (演習) 提案コンセプト企画

【ステップ2】提案書作成

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

【ステップ3】顧客企業の購買組織分析

- ・顧客企業の購買の意思決定プロセス、関係者、評価視点を探る
- ・営業シナリオと営業体制の検討

【ステップ4】提案実施

- ・質疑応答の準備 ～提案の場の準備シート～
- ・提案リハーサルと提案実施
- ・フィードバック ～提案の良い点・改善点の抽出シート～

(参考資料) 営業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。

17:00