

優秀な営業マンに頼っているだけでは、業績は伸ばせない！

経営者・営業担当役員・営業部長のための

“売れる”仕組みづくり

= 研究会のごあんない =

“売れる” “売れない” は仕組み次第！

2011年11月24日～2012年3月8日 < 全8回 午後開催 >

良い製品を作りさえすれば売れる時代は終わりました。不況や円高に屈せず売上を伸ばし続けるためには営業マンの努力が不可欠です。しかし、営業マン個人ががむしゃらに頑張ってもすべての営業マンが目標を達成できるわけではなく、結局大きく業績を伸ばすことはできません。やはり会社として「売れる仕組み」を構築し、運用していくことが求められます。また、「売れる仕組み」を考えることで、今まで足し算で考えてきた売上の積みあげが掛け算で発想することができ、飛躍的に業績を伸ばすことも可能になります。この研究会では自社営業の現状を分析し、“売る”ために何が必要か、どうすればより売れるのかを考えていただきます。そのうえで自社の“売れる仕組み”を構築していただき、さらには運用のノウハウまでを学んでいただけるようにプログラムを編成いたしました。

■ プログラム ■

1	自社の“売るための仕組み”の総点検	11月24日(木)
2	仕組みを運用するヒトと組織の総点検	12月 7日(水)
3	売るための仕組みの全体像を把握	12月14日(水)
4	“掛け算発想”で仕組みの骨格づくり	1月19日(木)
5	新規開拓を動かす仕組みとは	1月26日(木)
6	仕組みを変えて事業を革新する	2月 2日(木)
7	仕組みを浸透させて成果を出すには	2月15日(水)
8	仕組みを動かすリーダーシップと意思疎通	3月 8日(木)

1 自社の“売るための仕組み”の総点検

11月24日(木)

〔1〕今、なぜ「営業革新」が求められるのか？

1. 現状維持では売り先がなくなっていく
2. 自社の“売るための仕組み”は今のままでいいのか
【演習】売るための仕組みの自己診断
3. 仕組みを見直して自社の営業力を強くする

〔2〕売るための仕組みを診断する考え方と手順

1. 売るための仕組みを評価する考え方
 - ① 診断の基本発想 ～ギャップアプローチ～
 - ② 「本来の水準」と「現状の結果」を比べる
 - ③ 事業の組み合わせに問題はないか

- ④ 事業ごとに本来の水準を想定する
- ⑤ 真の原因を捉えるには
数字で遡りプロセスを把握する

2. 問題点を見抜く“三種の神器”

- ① 売上管理から考える
- ② 顧客管理から考える
- ③ 活動管理から考える

〔3〕【演習】“売るための仕組み”の問題点の把握

【ケーススタディー】A社の事例
売上が安定しない建築資材商社の問題点とは

2 仕組みを運用するヒトと組織の総点検

12月7日(水)

〔1〕売るための仕組みをめぐる三つの思い込み

「皆わかってくれるはず・・・」
「このやり方で正しいはず・・・」
「仕組みをつくったから、動くはず・・・」

〔2〕仕組みの運用面を評価するポイントとは？

1. 結果の検証がおざなりになってないか？
2. 情報共有と意思疎通は十分か？

3. リーダーは職責を果たせているのか？

〔3〕仕組みの主役は“営業マン達”だ

1. 人を動かして成果に結びつけることが仕組みの目的
2. 営業マンが主体的に動けるようになっているか？

〔4〕【演習】事例で営業組織の問題を考えてみよう

【ケーススタディー】ある営業管理者の事例
多忙だが業績が上がらない営業組織の問題点とは

3 売るための仕組みの全体像を把握

12月14日(水)

〔1〕“売るための仕組み”とは何か？

1. 仕組みを捉える2つの視点
 - ① 営業の“仕掛け”としての仕組み
～プロセス設計・管理手法～
 - ② 企業戦略としての仕組み ～ビジネスモデル～
2. 仕組みを捉える5つのテーマ
 - ① ベース売上を死守する
プロセス設計・管理の仕組み
 - ② 中長期の売上安定・成長を捉える
新規開拓の仕組み
 - ③ 仕組みそのものを変えて事業を革新する
 - ④ 仕組みを社内に浸透させる手法
 - ⑤ 仕組みを動かす人と組織

〔2〕仕組みづくりの基本を理解しよう

1. 仕組みづくりの基本・マーケティング発想
2. 仕組みづくりの基本手順
 - ① 事業環境を捉えよう
 - ② 方向性とゴールを想定しよう
 - ③ 取り組むべきテーマを明確にしよう
 - ④ 実行計画に落とし込もう

〔3〕実際に売るための仕組みの骨格を考えよう

【演習】ワークシートを使って
売れる仕組みの体系をつくらう

4 掛け算発想で仕組みの骨格づくり

1月19日(木)

〔1〕売上の安定に必要なことは何か？

1. 基本ができていなければ安定はあり得ない
2. やるべきことをやり切るために必要なこととは？
～先行プロセスの管理が生命線～

〔2〕プロセス設計の基本発想を理解しよう

1. 顧客を中心に考える発想を持つ
2. “掛け算発想”とは何か？

〔3〕プロセス設計の手順を知ろう

〔4〕成果に結びつける管理のポイントとは

〔5〕【演習】掛け算発想の使い方を身につけよう

【ケーススタディー】B社の事例
工具メーカーの営業戦略を組み立てる

5 新規開拓を動かす仕組みとは

1月26日(木)

- 〔1〕なぜ新規開拓が必要なのか？
- 〔2〕新規開拓が進まない理由とは？
 - 1. 目指すべきポイントがはっきりしているか？
 - 2. 個人と会社の双方に甘えがないか？
- 〔3〕新規開拓の五つの壁を乗り越える
 - ① 認知度の壁 ② 信用力の壁
 - ③ 製品力の壁 ④ 関係強化の壁
 - ⑤ 決済獲得の壁
- 〔4〕新規開拓を動かすポイントと仕組みづくりのポイント
 - 1. 営業マンのタイプを活かす
 - 2. 営業の手順を整理する
 - 3. 引き合いを得やすい仕組みをつくる
- 〔5〕新規開拓を動かすマネジメントとは
- 〔6〕【演習】新規開拓を動かす仕組みを学ぶ
 - 【ケーススタディー】C社の事例
新規開拓を動かすための組織変更

6 仕組みを変えて事業を革新する

2月 2日(木)

- 〔1〕3年後も今の商売でメシが食えるか？
 - 1. 同じことを繰り返して良い時代ではない
 - 2. ジリ貧の価格競争から抜け出そう
- 〔2〕新しい事業を構想する
 - 1. 新しい事業の種を見つける
 - ① 社外からヒントを得る
 - ② 社内にネタを探す
 - 2. 自社の製品・サービスの価値を再定義する
- 〔3〕事業革新を考えるポイント
 - 1. 現状の仕組みを“少しだけ”変える
 - 2. 自社の強みがどこかを見極める
- 〔4〕事業革新を進める手順
- 〔5〕【演習】事業革新の実例を学ぼう
 - 【ケーススタディー】D社の事例
自社の付加価値アップを目指して
新たな仕組みをつくる

7 仕組みを浸透させて成果を出すには

2月15日(水)

- 〔1〕仕組みが動かなければ成果は出ない
- 〔2〕新しい仕組みを組織に浸透させる考え方
 - 1. 計画と統制のルールを確立させる
 - 2. 計画と統制の仕組みに盛りこむべきポイントとは
 - ① 重点テーマを“見える化”する
 - ② プロセス管理の考え方を盛り込む
 - ③ 行動計画を重視する
 - ④ 責任体制を明確にする
 - ⑤ 数字で評価する
 - ⑥ 効果検証と評価の場を組み込む
- 〔3〕新しい仕組みを動かすポイントとは
 - ① 目的と意義の伝え方 ② 成功体験の活用
 - ③ 動きたいと思わせる環境をつくる
- 〔4〕【演習】仕組みを浸透させるプロセスを学ぶ
 - 【ケーススタディー】E社の事例
定期的なミーティングを戦略的に活用して
営業マンの行動を変える

8 仕組みを動かすリーダーシップと意思疎通

3月 8日(木)

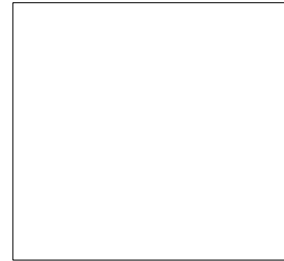
- 〔1〕仕組みを動かす最大のポイントはリーダーシップにある
- 〔2〕リーダーに求められる条件とは
 - 1. マーケティングリーダーシップを身につける
 - 2. マーケティングリーダーシップを構成する要素
 - ① 自分の考えや戦略を伝える力
 - ② 部下の能力を引き出す力
 - ③ブレない姿勢を持つ
- 〔3〕 全社マーケティングの体制をつくろう
- 〔4〕 売るための仕組みをワンランクアップさせる秘訣とは
- 〔5〕【まとめ】これまでの内容を総動員して考える自社の仕組みづくり
 - 【演習】ワークシートを使って
売れる仕組みの体系をつくろう

開催要項・申込方法

- 開催日時・・・平成23年11月24日(木)～平成24年3月8日(木)
全8回 いずれも 午後1時30分～5時

研修会場案内図

- 研修会場・・・大阪府商工会館研修室
(大阪市中央区南本町4-3-6 地下鉄「本町」駅17番出口より直結しています)



- 担当講師・・・大間清浩氏(株式会社 コスモ経営 代表取締役)

大手宝飾メーカーで5年間販売実務に従事したのち、1989年に現職になり関西を基盤として活動。現在、中堅・中小のメーカー・卸を中心としたコンサルティングおよび、経営・営業・業務改善等のセミナーを行い、指導実績は300社以上。

- 受講費・・・(1) 全8回一括申し込み <この場合、回によって出席者の交代も可能です>

当協会々員企業の方 00,000円 (消費税込)

当協会会員以外の方 00,000円 (消費税込)

- (2) テーマ別選択申し込み <1回あたり、1名につき>

当協会々員企業の方 00,000円 (消費税込)

当協会会員以外の方 00,000円 (消費税込)

振込先 三井住友銀行 便後町支店 当座201068
三菱東京UFJ銀行 信濃橋支店 当座321966
りそな銀行 大阪営業部 当座1027054

- 申込み方法・・・裏面の受講申込書に必要事項をご記入の上、当協会宛にFAXでお送りください。
折り返し、受講票・請求書・会場案内図と振込用紙をお送りいたします。
研修当日・前日の受講取消は受講費を全額ご負担いただきます。(代理出席可)

お申し込みFAX番号 ⇒ 06-6245-9926

受講申込書

売るための仕組み作り研究会

KKK-0000-0000

会社名				[事業概要・主要製品]							
所在地	(〒 -)			TEL							
				FAX							
受講者	所属部署名/役職	氏名	全8回一括	1回	2回	3回	4回	5回	6回	7回	8回
			全受講	1	2	3	4	5	6	7	8
			全受講	1	2	3	4	5	6	7	8
			全受講	1	2	3	4	5	6	7	8
連絡担当者 請求書等のご送付先	[部署名/役職名]			[氏名]							

※ 申込書にご記入いただいた内容は、事務処理(受講票・請求書の発行等)・担当講師への受講者名簿提示のほか、研修案内の送付に利用させていただく場合がございます。なお、内容の訂正・利用停止をご希望の場合、当協会までご連絡ください。