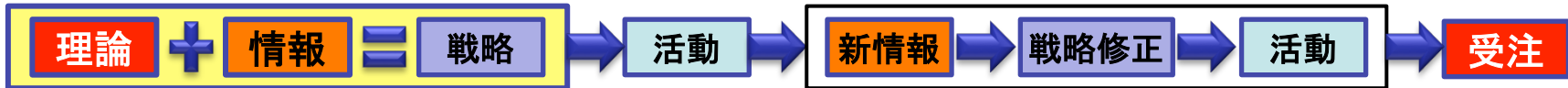


「営業理論」を理解すれば「営業力強化」は必ず実現できる！

「理論」は顧客・商品等に関わらず、企業の購入目的・プロセスを理解して適切な商談相手を探し受注するための基礎知識

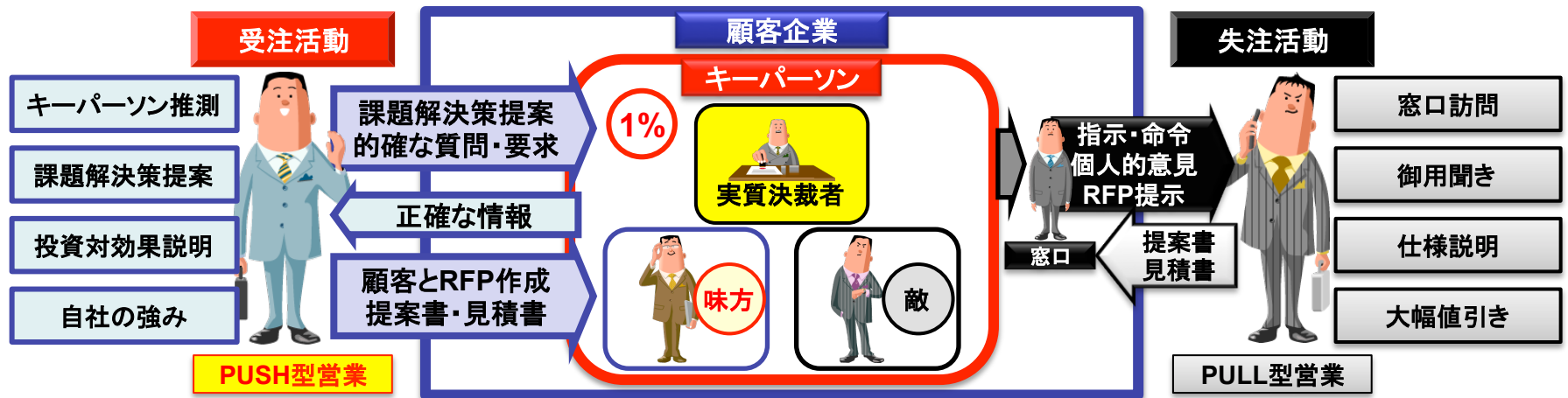


「情報」とは営業活動を始める前に習得しておくべき「自社・商品・競合・顧客」に関する基礎知識

株主・銀行から提供された資金を使い、経営責任が問われる「設備投資」は慎重に検討し厳格な手続きを経て発注される

発注先決定に関われる1%の「キーパーソン」に会わずに受注はできない・・・「窓口」に通い続けても受注できない

競合会社を支持する「敵」が必ず存在するので、「キーパーソンを見極める方法」を知らないと受注できない



営業活動の優劣は「顧客の課題解決策・自社の強み・キーパーソン候補者」を考える戦略立案段階で決まる