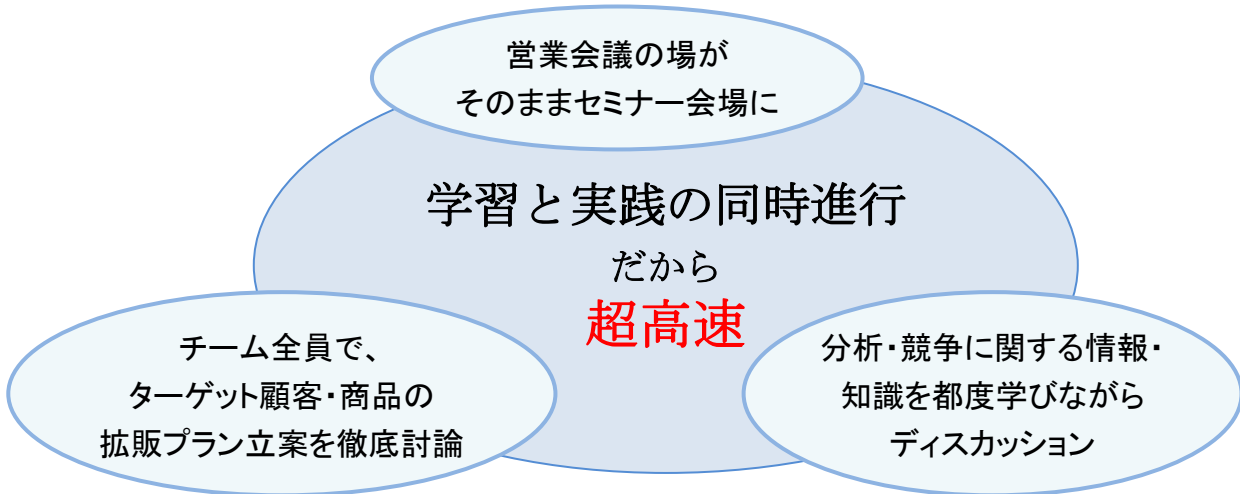


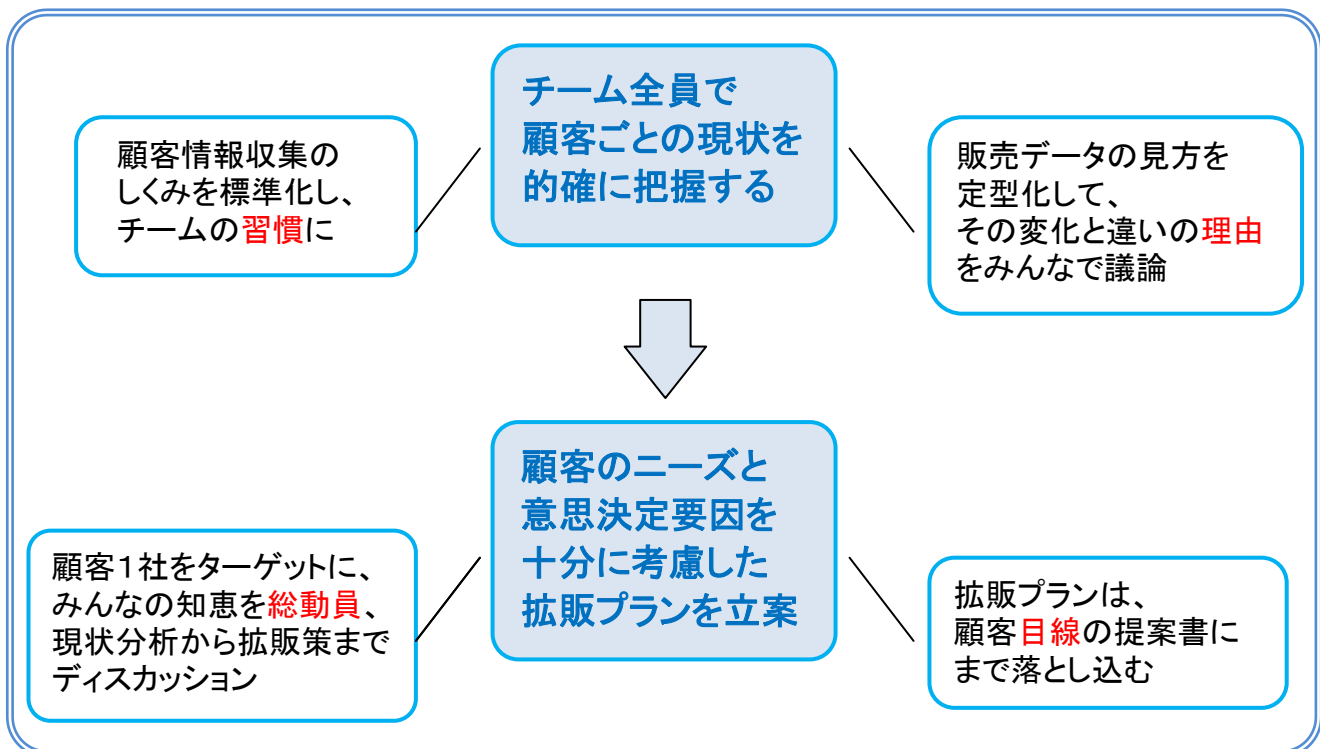
超高速売上増進セミナー

— 小売業への卸売、製造業への部材提供ビジネス対象



チーム戦略
スローガン

お客に信頼され、注文をいただける営業チームになろう
知識を整理・強化して、実践を通してスキルにまで高めよう



セミナー内容

1. 事前打合せに基づくセミナー資料の作成

直近3年間の販売データの集計とグラフ化

- 営業部員別顧客別実績、顧客ごと上位商品別実績、顧客ごと上位メーカー（または仕入先）別実績、顧客ごと上位商品分類別実績 など
- 過去のプロモーションやライバル社の動きなど、効果・影響を調べたい項目の整理

2. 参加者への事前準備のお願い

- 営業部員ごとの実績上位顧客5社に関する情報の収集・整理（全営業部員）
収集情報のアウトラインは事前に提案

3. 基本メニュー（2日間コース）

● 1日目

• 前半

チーム全体、顧客、商品について、実績動向の確認とフリーディスカッション

・みんなの関心に応じて講師が現状把握に適した実績表やグラフを示し、その見方を紹介する

・講師は実績の現状についていろいろな質問を行い、みんなにそれを考えてもらう
ポイントは、顧客や商品の実績推移の中に、「変化」と「他との違い」を見つけ出して、その「理由」を考えてもらうことである

この過程で講師はディスカッションを盛り上げるべく、市場における商品や顧客の動き、ライバルとの競争などについて現状分析に役立つ情報・知識を紹介し、その考え方を解説する。（このときのテーマは、次項「後半」に示す項目の中からその場に合ったものを抜粋）

• 後半

現状分析に必要な基礎知識・手法の講義

・前半の討論を振り返りながら、市場・商品・顧客・競争に関わる知識を整理・強化する

• 学習項目

売れる条件「キーワード集」と「コトラーの法則」

商品のライフサイクルと競争の局面

チームの強み弱みを分析して競争に強くなるよう

チームの拡販につながる顧客情報収集項目の標準化

現場だからこそできる販売データの活用方法がある*1

*1 販売データによる現状分析の事例は、最終ページに参考資料を紹介

● 2日目

● 前半

拡販策立案に役立つ基礎知識・手法の講義

・ 学習項目

営業が行う差別化とは

顧客の業態によって対応は異なる

強者と弱者、強みと弱み、攻めと守り

戦略的拡販策 6つの要素

*2 拡販策立案までの一連のステップを詳しく述べた参考書籍を最終ページで紹介

● 後半

上位顧客 **1社**を選んで現状分析と拡販策立案の徹底討論。みんなの経験・知恵の結集を図る

- ・ ターゲット顧客の合計実績の分析
- ・ ターゲット顧客の販売内容の詳細分析
- ・ 攻守の選択
- ・ ターゲット顧客への拡販策の討論とまとめ

・ 使用ヒント集

顧客の詳細分析「8つの視点」

顧客の意思決定を促すヒント集

セールストーク組み立て用項目リスト

・ 使用フォーム

戦略的拡販プラン記入フォーム

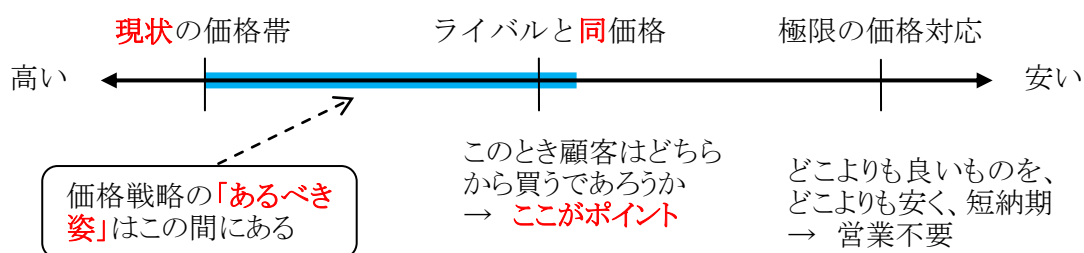
顧客への拡販プラン提案用記入フォーム

* 資料は自社の現状に沿ってみんなでも更新

● オプション講義

チームの価格戦略の考え方を整理する

- ・ 下図を参考に、価格競争で勝つための戦略をみんなでも考える

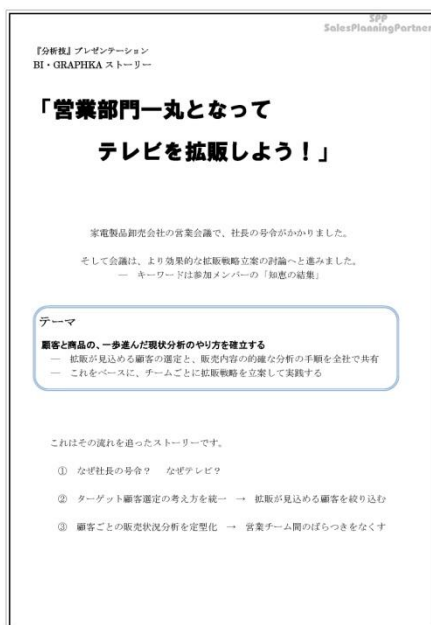


実施までのステップ

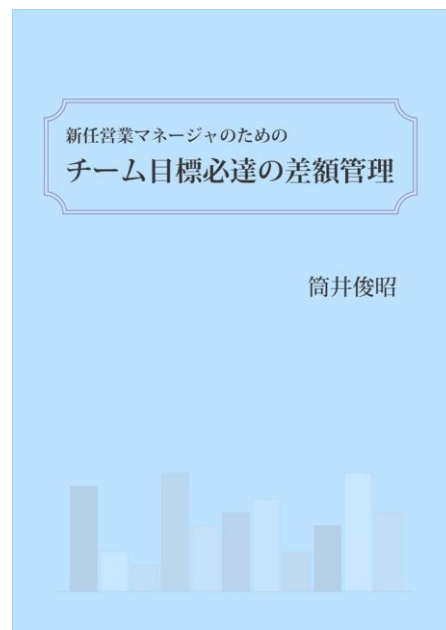
- ① 貴社販売データ(3年分)のテスト分析(機密保持契約の上、貴社内・貴社PCで実施)
- ② 上の結果を元に打合せ。その後当社から実施プランを提案
(ここまではセミナー実施の如何にかかわらず無料*3。分析結果も貴社に残ります。)
- ③ セミナー実施

*3 遠隔地のお客様には「東京駅周辺」での打合せ、または貴社までの交通費実費をお願いしております

*1 販売データによる現状分析の事例、参考資料



*2 拡販策立案までの一連のステップを詳しく述べた参考書籍



有限会社エス・ピー・ピー

千葉市花見川区幕張町 5-417-249-1-1301

Tel 043-272-9541 Fax 043-272-9540

<http://www.sppinc.co.jp>