

営業研修カリキュラム原案

2017年2月

<期間約8~10ヶ月> 進行によりプログラムを入れ替える場合有

回	テーマ	主な内容・「宿題」
1	現状分析・確認	提案商品、提案パターン、営業マネージャー 営業マネージャーの意見、課題認識 研修コンセプトの合意、活動課題認識「時間分析法」
2	営業担当者の 現状・課題認識	各人30~40分のヒヤリング、 現状のセールス個人の課題の把握と 現状診断と検討、営業活動分析 「時間分析」
3	研修 オリエンテーション	<全員参加> 全プログラムの解説と本研修の基本コンセプトとス タンスの理解を得る。 有効な営業会議野進め方 宿題「セールスプロセス」
4	セールス・ステップ	各パターンのS. S<セールス・ステップ>の検討 と参考事例で、その分析要領の解説 演習、検討、レビュー 「未完成の場合は宿題」
5	スケジュール管理と 時間管理、	活動分析「工数分析」 アポ管理とスケジュール管理の違い 営業活動と時間管理と提案商談業務
6	S. S、ステップの 完成。確認	出来上がったS. Sの発表と検討・修正・確認 活用方法の解説 個人別自己分析「強み、弱み」の演習と発表 改善方法の検討「宿題」
7	個人別プロセス改善	検討結果の発表・レビュー 集合レビュー ロールプレイング課題の設定 次回「ロープレテーマ」の個人別設定
8	中間状況レビュー	マネージャーと中間検討、不足なテーマの補則 研修の検討、意見交換 「セールススピード把握」
9	商談分析と事前	キー商談前の事前ロープレと状況説明シートの 説明、活用方法 商談設計の要領 「商談設定」
10	ロープレ演習(1)	設定テーマのロープレ 5組 講評
11	セールスツール	現場ツールの開発の要領、考え方と方法 活用と開発 「宿題」 ツール ロープレ(2)

12	セールスツール開発	発表。検討。レビュー、活用の検討、修正意見 ツールを活用と商談設計 「機能改善検討」 「レビューの商談準備」
13	セールスレビュー	セールスレビューとは？どうやるのか 何故有効なのか？その要領は 演習 上司、同僚、集合、専門家
14	セールス機能改善	改善の状況確認レビュー 凡事で取り組むべき事
15	営業の凡事徹底	毎日やる事とは？ 新規開拓、TELコール
16	全体レビュー	全工程での不徹底な部分の検証 全て実施していれば、終了

17～20

16で検討し、 不足な部分を補則して追加研修を検討必要なら、実施