

営業マンのコンピテンシー・ベンチマーク研修

—同じ商品を営業して売れる人・売れない人の違いはどこから生まれるか—
思考・行動・技術・習慣・知識の違い、特徴をベンチマークするプログラム

■ 研修のねらい

本セミナーでは、売れる営業マンの顕著な特徴(コンピテンシー)を5つのカテゴリーから検証し、ベンチマークすることで、その基本メソッドが習得できます。研修参加メンバーの「気づき」を中心に、さらに自分もできるという「自信」をもたせます。画一的優績営業マンを育成したい企業、営業改革・意識改革を実現したい企業で大きな効果を上げている研修です。

■ 対 象

営業マンはもちろん、営業訓練担当者・営業管理職を含め営業業務に関わっている方々にもお勧めします。また営業改革を考えている経営者、経営幹部の改革プログラムの手法として参考・応用ができます。営業企画・販促担当者のヒントにもつながります。

■ プログラム

●午前の部

オリエンテーション

研修の狙いと目的

1. 売れる営業マンはこんな考え方を持っている
顧客・商品・会社・自分に対する思考の原点
・自己分析演習—4つの自信
2. 売れる営業マンの自己管理の特徴とは
活動・目標管理の原点
・活動管理手法
・ゴールのダブルスタンダード
3. 売れる営業マンが身につけている販売技術
販売セオリーの原点
・購入心理 対面話法

午前のまとめ・確認

●午後の部

4. 売れる営業マンの特徴ある習慣とは
営業行動の特徴的習慣とは

- ・自己分析演習—自分の習慣検証
5. 売れる営業マンの知識武装の特徴
- ・専門知識以外の幅広い知識とは
 - ・話材確認テスト

■ ベンチマーク手法

- ・総括自己分析演習
- ・強み・弱み 確認

■ コミットメント表明

- ・優先順位決定
- ・プランニング

研修まとめ・確認

■ 講師料・依頼条件など

1日研修:25万円。2日研修:40万円(消費税別)。※2日研修は各単元を更に深く検証・解説・演習・分析をくり返し実施します。対象は20名以内。それ以上は補助講師が必要となります。講師料のほか東京駅起点の交通費が必要です。全国営業拠点出張研修可能です。

■ 講師よりひとこと

これまで保険業・流通業・飲食サービス業・建設、不動産業など30社以上に導入し、改革の支援を実施してきました。2:6:2の法則の底上げは「コンピテンシーベンチマーク」により必ず達成できます。戦略営業改革室の名目で、密着したコンサル支援も用意しています。営業実務経験者、成功者だけの営業専門コンサルタントグループです。

■ 講師プロフィール ■

内藤 昌巳 (Masami Naito) 1952 年生まれ

有限会社ライフアップ・ユニオン 代表取締役

ファイナンシャルプランナー 産業カウンセラー



■ 専門分野

◎営業・販売 ◎セミナー講師 ◎経営戦略・計画

■ 得意業界

◇金融・保険 ◇製造業 ◇建設・不動産・住宅

■ 経 歴

武蔵大学人文学部社会学科卒。77年、外資系生命保険会社入社（戦後初認可・男子中心コンサル営業部隊）14年間、営業・所長・支社長経験。低迷営業部隊を行動管理、活動管理を個別のコーティングスキルを使って全国NO1の組織に改革、達成。態度・考え方を中心に個別ヒヤリングを実施しモチベーションupに成功。11年間、営業教育部長として教育企画・運営全般を担当。新カリキュラム制作より実践研修トレーナー担当。日本の生保会社が持っていなかった購入心理の開発とPCによるニード喚起ソフトの開発実施。全国トレーニングセンター設置。低迷社員指導のメイントレーナーを担当し新カリキュラムの実践により成果を収める。03年、営業実践コンサルGを目指して(有)ライフアップ・ユニオン設立。概念中心のコンサルではなく実践・実務に直接関わり単発指導ではなくフルタイムで企業支援実施中。

■ コンサルティング実績

【卸売企業：A社の場合】

……①企業診断より強み・弱みの分析レポートから営業組織の改革実施 ②戦略営業企画室の位置付けで週2回フルタイムで営業社員とかかわり会議・研修・同行指導を実施 ③6ヶ月後の実績は1.3倍にUP、その間営業担当新人採用、教育もてがけ1年で組織の規模、売上げも前年比200%に到達。併せて管理職教育も実施し、新任課長を誕生させ組織力も向上 ④経営指針の見直しと組織改革にも着手、TOPの声が通る組織改正を実施 ⑤制度面では給与体系変更及人事制度手がけ2年のコンサル指導で会社全体の落ち着き方向性を明確にすることが出来た

※その他の企業さんにもじっくり内容のあるコンサルを実施しています。

■ セミナーテーマ

「同じ商品を扱って売れる人と売れない人がなぜ生まれるのか」「営業管理職の本当の仕事とは何か」「営業活動管理」「購入心理（ひとはどうして物を買うのか）」「コーティングスキル習得」

■ PR・特記事項

担当先企業に深く入り、該当先営業社員とともに活動する事をメインコンセプトに満足の得られるコンサルを目指しています。