

営業プロセス強化プログラム ADS Account Development Strategies

狙いと期待効果

営業シナリオを明確に描けるようになることで、狙った時期に、狙った案件を創出する

営業活動を進めていくにあたってセールスはさまざまな能力が要求されます。ADSプログラムを開発するにあたって、セールスの活動を詳しく見てみました。その結果、優秀なセールスとそうでないセールスとの間には明確な違いがあることがわかりました。その差を具体的にみてみると、優秀なセールスといわれる人に共通しているのは以下のような点です。

- 個々のお客さまに対し、しっかりした戦略を立てている。
- 営業プロセスの中で、自分がどの位置にいるのかを明確に知っている。
- お客さま内における意思決定がどのように行われるかを知っている。
- お客さまが直面する業務上の問題と、自社の商品がいかにその問題解決に役立つかがわかってる。
- 面談相手との信頼関係を築く方法を知っている。
- 営業上の障害を的確に把握し、それをいかに克服するかを心得ている。

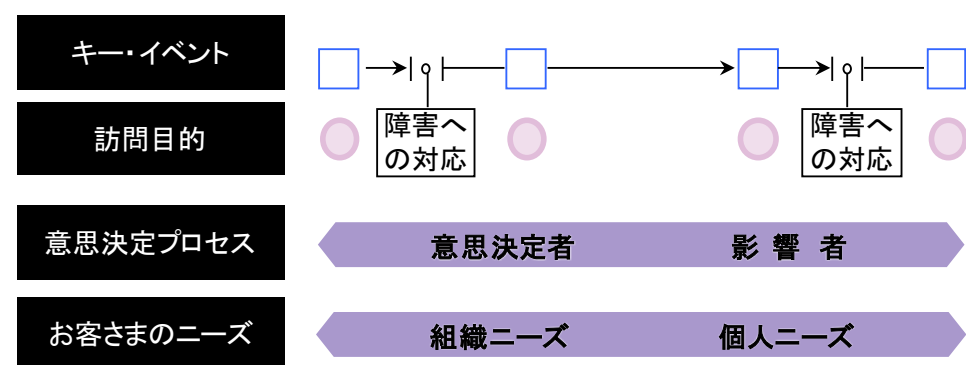
ADSは以上のようなことに着目し開発されたプログラムで、個々のお客さまに対する戦略を立案し、実行していくうえでの営業マネジャーとセールスの能力を確実に高めることができます。

ADSの考え方

営業活動に影響を及ぼす要因

プラス要因

マイナス要因



重点顧客に営業活動を行うとき、面談の開始から成約に至るまでのプロセスには営業活動に影響を及ぼすさまざまな要因が存在します。

そこで、これらの要因を見極め、適切に対処し、受注確率を向上させるためには、事前に提案プロセス全体を見通した「戦略シナリオ」を描くことが求められる。

ADSセミナーでは、「営業活動プロセス」を効果的かつ効率的に着実に前へ進めるべく、顧客別の戦略を立案し、成約を獲得するための「次の一手」を描く具体的な手法を修得します。

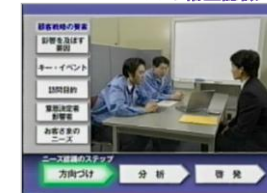
スケジュール

	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00
1日目	オープニング	顧客戦略			組織ニーズ			シミュレーション 1R	ニーズの相互認識		シミュレーション 2R	
		<ul style="list-style-type: none"> テキスト学習 オーディオ学習(CD) 戦略立案演習 			<ul style="list-style-type: none"> テキスト学習 オーディオ学習(CD) 戦略立案演習 				<ul style="list-style-type: none"> テキスト学習 戦略立案演習 ビデオ学習 			
2日目		個人ニーズ		障害への対応		シミュレーション 3R	顧客戦略検討会の実施		総まとめ			
		<ul style="list-style-type: none"> テキスト学習 ビデオ学習 戦略立案演習 		<ul style="list-style-type: none"> テキスト学習 オーディオ学習(CD) 								

学習内容

ユニット	内容	項目
Unit 1	顧客戦略	戦略を立て実行する際には、営業活動に影響を及ぼす要因、キー・イベント、訪問目的、意思決定者や影響者、お客さまのニーズの5つの要因があります。この要因について学習します。
Unit 2	組織ニーズ	組織ニーズとは、お客さまの組織が抱えている問題や状況などに起因する組織としてのニーズであり、これを満たした時、セールスは営業活動を成功に導くことができます。この組織ニーズについて考えます。
Unit 3	ニーズの相互認識	お客さまのニーズに対する認識がセールスの認識と異なっていた場合には、お客さまは商品を受け入れてはくれません。どのようにしてお客さまのニーズの相互認識を進めていくかについて学びます。
Unit 4	個人ニーズ	セールスは組織ニーズと同様に個人ニーズを見分け、適切に対応していくことが重要です。個人ニーズについて理解すると同時に実際にどう対応していくかを学びます。
Unit 5	障害への対応	営業活動を実践していくうえにおいて、変化する状況や予測しえなかったことにも対応しなければなりません。セールスがこのような障害に出会った時にどう対応するかを学びます。

Unit 3 ニーズの相互認識



戦略検討の場面



Unit 5 障害への対応



定着策

顧客戦略検討会の定着支援

- 戦略シートの作成
- 戦略シートの検討
- フォローアップ
- 知恵ノウハウの共有
- 戦略の実践
- 重要案件の受注