

営業戦略研究セミナーのご案内

システム企画研修株式会社

1 当研究セミナー実施の目的・ねらい (Why)

- 事業戦略を実現するためには、営業の中期戦略、短期戦略、アクションプランを体系的に整合させて策定する必要があることをご理解いただけます。
- 成功実績に裏打ちされた戦略策定の方法・手順・テンプレートを活用すると、もれなく整合の取れた戦略が素早く策定できることを実感していただけます。
- ケーススタディによる戦略策定演習を通じて、営業戦略は机上の理論ではなく、強固な目的志向に基づく意思決定の集約である事を体験していただけます。
- 現状の営業戦略が不備な状況は、別添「営業戦略不備の重要項目とその実例」をご参照ください。



- 事業戦略を実現する具体的な営業戦略の策定と営業戦略を実現する現実的な行動が可能となります。
- 営業戦略の実現をフォローする戦略マネジメントの仕組みの実現につなげていただくことができます。



- 他社に先んじて、事業構造改革を先導する営業を実現していただくことができます。

2 当研究セミナーの内容 (What)

事業戦略と整合する営業戦略体系の理解	中期営業戦略→短期営業戦略→アクション・プラン →戦略マネジメントと連携、整合ポイントは、方向性、数値、対策
中期営業戦略の策定方法と手順の習得	あるべき目標条件（事業構造、営業スタイル、顧客の視点、シナジ効果、競合戦略等を考慮）の原案から、現状からの移行ステップを加味した確定案
短期営業戦略の策定方法と手順の習得	前期レビューと中期戦略目標の実現を考慮して作成
戦略マネジメントの仕組みの理解	戦略の実現をフォローする仕組みのポイント

3 当研究セミナーの実施方法 (How)

- 中期営業戦略、短期営業戦略について、テンプレートを使って、策定法と手順を講義します。
- 現実に近い仮想IT企業をモデルにしたケーススタディ演習により、そのまま応用可能な営業戦略策定実務を習得いただけます。
- 他社担当者との共同作業、演習成果の発表・研究を通じて、情報や戦略ポリシーを交換していただけます。
- 個別営業戦略策定法や戦略マネジメントなど戦略実行のポイントについて質疑を通じて理解いただけます。

4 当研究セミナーの対象者 (Where)

- 事業部門・営業部門の管理者
- 営業企画/管理スタッフ

5 当研究セミナーの開催期間 (When)

- 別途お問い合わせください。

6 当研究セミナーの担当講師 (Who)

- 堀井 秀治
(システム企画研修株) プリンシパル・コンサルタント)

7 当研究セミナーの参加料金 (How Much)

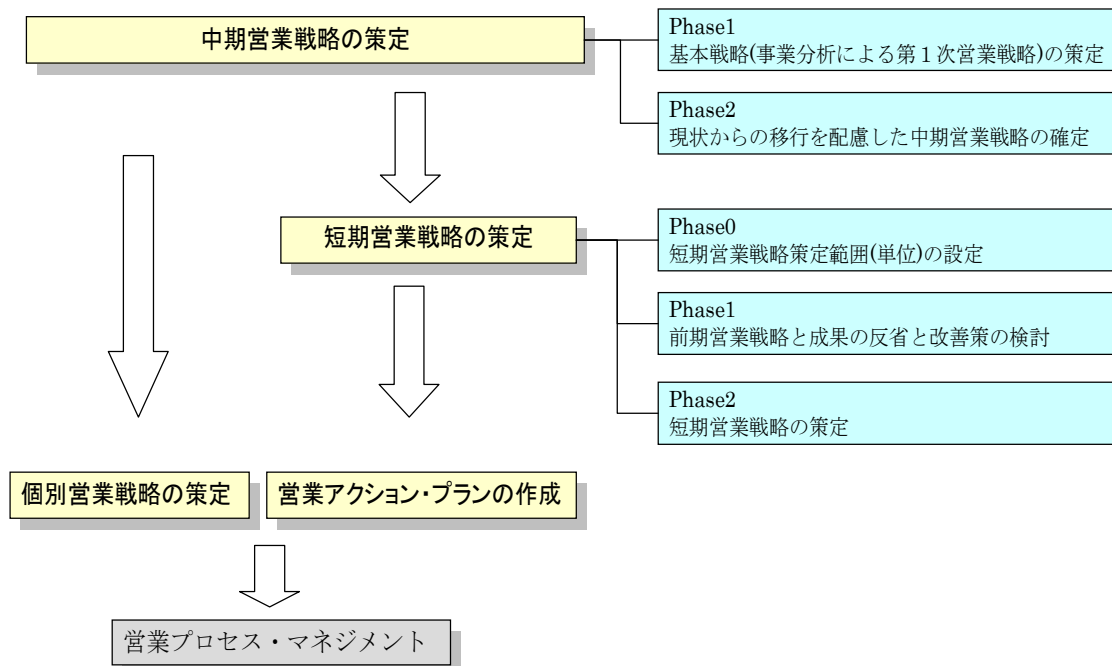
- 126,000 円/人 (含むテキスト代、情報交換会費用)
- 複数人参加の場合、2名めからは 90,000 円/人

営業戦略研究セミナー 時間割

	1 日め	2 日め	
9:00	★9:30 開始	★9:30 開始	9:00
10:00	I オリエンテーション (60分) 研修の進め方、営業戦略策定の目的	IV 短期営業戦略フェーズ1(前期評価) (60分) 策定方法、手順説明	10:00
11:00	II ケース・スタディ解説 (90分) 代表的な戦略事例研究、ケース・スタディ	短期営業戦略フェーズ2(戦略策定) (60分) 策定方法、手順説明	11:00
12:00	昼 食	短期営業戦略ケース・スタディ演習 (2) 前期の評価分析、短期戦略策定方針 (60分)	12:00
13:00	III 中期営業戦略策定フェーズ1 (60分) (基本戦略)策定方法、手順説明	昼 食	13:00
14:00	中期営業戦略 ケース・スタディ演習(1) (120分) 中期営業戦略策定、発表・討議・講評	つづき (90分) 発表・討議・講評(90分)	14:00
15:00	中期営業戦略策定 フェーズ2(90分) (現状からの移行戦略)	V 個別営業戦略策定 (方法、手順説明)	15:00
16:00	策定方法、手順説明、事例解説	VI アクション・プラン策定 (方法、手順説明)	16:00
17:00	(懇談、情報交換)	VII 営業プロセス管理 (実施要領説明)	17:00
18:00		VIII 全体まとめ (総合質疑) (30分) アンケート等 (30分)	18:00

☆解散

営業戦略策定プロセス概要



【問い合わせ先】

システム企画研修株式会社 <http://www.newspt.co.jp>

住所：中央区日本橋小伝馬町16-2 東事協ビル2F 電話：03-5695-3130、Fax：03-5695-3131

営業戦略不備の重要項目とその実例

1. 事業の方向と短期営業戦略が一致していない。

[実例]

- ・ 事業の選択と集中により質の向上を目指しているのに、
営業戦略は、従来の商品を幅広く売り、量の拡大に固執する。
- ・ 顧客要求を完結するインテグレータを指向しているのに、
自社の商品や技術にこだわり、それを中心に拡販しようとする。
- ・ 特定ソリューションのプロバイダを事業の方向に定めたのに、
何でも承るご用聞き営業を続けようとしている。
- ・ アウトソーシング受託を含む総合サービス事業指向を強めることにしたのに、
相変わらず、商品単位に新規顧客開拓を推進しようとする。
- ・ 新規事業展開で構造改革を推進することにしたのに、
既存顧客訪問営業から脱却しない。

2. 事業目標を実現する営業方策が曖昧である。

[実例]

- ・ 営業組織単位の受注／売上目標は定められているが、
何をどこに売るかは計画されていない。
- ・ 幅広く、深く、ニーズ指向で、積極開拓により云々と副詞表現が多く、
具体的な活動計画に乏しい。
- ・ だれが行動し、だれが責任を取るかが規定されていない。
- ・ 「可及的速やかに」等とあるが、明確なマイルストーンは決められていない。
- ・ 活動計画はあっても、それに必要な予算は計上されていない。
- ・ 営業力強化、顧客の深耕等に向けた方策が並んでいるが、その価値目標が不明確で、
勝手な解釈で動きやすいお題目に終わる。

3. 営業戦略の目指す方向が曖昧である。

[実例]

- ・ 戦略基本方針が抽象的な言葉で書かれている。
- ・ 全体として、どの方向を目指すのか示されていない。
- ・ 中／長期営業戦略に占める今期の位置づけが示されていない。
- ・ 全体方針と個々の営業戦略が整合していない。
- ・ 数値目標だけが強調して示される。
- ・ 開拓すべき市場や対象顧客が具体的に示されない。
- ・ 対象市場が示されていても、その目的や価値目標は示されていない。

4. 営業の組織目標や要員のあるべき姿が不明である。

[実例]

- ・ 戦略が変わっても、組織編成や組織目標は変化しない。
- ・ 組織は人事上のバランスを配慮して決められる。
- ・ 組織ごとの目標などが明示されない。
- ・ 営業戦略が営業の組織目標にブレークダウンされていない。
- ・ 組織目標は戦略方針と関係なく、組織長が決める。
- ・ 組織目標と関係なく、従来の延長や個別対応の目標を押し付けられる。
- ・ 組織や要員の将来像は抽象的にしか語られない。
- ・ 理想とされる将来像に近い上司や先輩は見当たらない。
- ・ 求められる将来像と関係ない営業教育を課せられる。
- ・ 戦略への貢献より、受注の多寡で評価される。

営業戦略研究セミナー受講者の声

●本研究セミナーを通じて新たに自己発見できたこと、プラスになったことはどんなことですか？

・営業戦略を体系づけて考えたことがなかったので、大変参考になりました。
・現行の戦略策定の進め方に対するギャップが理解できた。
・日常の業務を離れてのセミナーで、第三者的な目で自分を見ることが出来ました。漠然とやっていた事柄が整理できたことが大きなプラスとなりました。
・現場の営業をまきこんで戦略を立てることは分かったが現実的には難しいと思う。どうとりこんでいけるか考えていきたい。
・自部門の戦略策定（中期・短期ともに）のステップと本来必要なフェーズを割愛している部分が大きい点を認識した。

●本研究セミナーを通じてあなたの業務に活かせそうなことはどんなことですか？

・当社全体（共通）として営業戦略立案をどのようにすすめていくか
・ボリュームがあるのと、部下にやり方を説明しながら進めるには、かなりの日数を要すると思う。良いところを少しずつ取り入れながら進めて行きたいと思います。
・戦略策定に伴う指針として活用できると考えます。
・一番役立つと思われるのは個別営業戦略の策定とそのケース・スタディです。消化不良的な面もまだあり、その点の消化をし、今後の業務に活かす所存です。
・いろいろあると思うが、優先順位を考えて、活かして行きたい。
・営業プロセスの具現化・明確化
・分析手法としての左方展開・右方展開の採用

●自部門の同僚も本研究セミナーを受講すべきだと思いますか？

[回答者全員が「はい」と回答したうえで下記の意見あり]

・考え方・指針として広く浸透させていく必要性を感じております。

●全体的に本研究セミナーに対するご意見ご感想を自由にご記入ください。

・自社の具体的な事例に基づいて進められれば、より理解度が上がるように感じます。
・現実への適用について出来る部分から浸透させられればと考えます。
・できたらもっと余裕のあるスケジュールでセミナーが受けられ、ケース・スタディをもっと余裕をもってやることができたら理想でした（実際には、2日間が参加可能な期間）。いずれにしろ、新しい視点をもつことの重要性を認識でき、楽しい有意義なセミナーでした。
・最近、一般企業に対する新規事業を本格化させようとしている当社では、営業体制についてもこれから確立していかなければならないと、現在模索している段階である。営業の経験の少ない自分にとって、本セミナーは Sier の営業に対する理解を進めるのに役立ち、今後の事業を推進していく上で大変参考になった。
・自部門の戦略策定・計画策定の実態と、セミナー内容とのギャップが大である。個人的には理解しても、これを部門内、各スタッフに浸透させることの大変さを同時に痛感した。