3級 営業

平成29年8月

試験範囲	
Ⅰ．営業管理基礎	
1. 営業パーソンの役割と認識	(1)営業パーソンシップ イ 営業の仕事 ロ 営業パーソンシップ ハ 営業の仕事への取り組み姿勢 ニ 顧客の信頼を得る態度 ホ 営業パーソンの社会的役割 ヘ 営業パーソンの価値 (2)営業パーソンの役割 イ 営業パーソンの顧客に対する役割 ロ 営業パーソンの会社に対する役割 (3)営業パーソンに求められる知識と能力 イ 営業パーソンに求められる知識と能力 ロ 必要な自己啓発 ハ 営業パーソンの必要知識 ニ 営業パーソンに求められる自己管理能力 ホ 営業パーソンのPDCA能力
2. 営業パーソン自身の営業活動計画と管理	(1)販売目標設定 イ 販売目標設定の意義と必要性 ロ 役割のコミットと目標達成 ハ 販売目標設定の方法 (2)訪問活動計画と管理 イ 訪問活動計画の目的 ロ 訪問活動計画の作成ステップ ハ 活動計画作成の準備 ニ 月次訪問計画の作成 ホ 週次・日次活動計画 ヘ 訪問活動の効率化 ト 訪問活動の自己管理
3. 営業知識	(1)営業事務管理の基礎知識 イ 営業事務処理の流れの理解 ロ 契約受注に関する事務処理 ハ 契約の締結 ニ 契約書作成上の留意点 (2)営業情報処理 イ 営業情報の種類 ロ 営業情報の収集と活用 ハ 営業データベースの構築と活用 ニ 顧客管理 (3)自社と競合他社の商品知識 イ 自社商品の位置づけ ロ 自社商品の特徴 ハ 競合他社との差別化 ニ 商談でのセールスポイントの活用 ホ 取引条件の設定

試験範囲	
	(4)営業数字の見方・生かし方 イ 営業数字の意義 ロ 収益に関する数字の基本 ハ 生産性に関する数字の基本 ニ 成長性に関する数字の基本 (5)利益・コストマインドを持つ イ 損益分岐点 ロ 固定費、変動費、限界利益 ハ 損益分岐点の計算と活用 ニ 利益達成目標の設定 ホ 売上・利益達成計画 ヘ 営業コスト管理 ト 在庫管理
4. 営業技術	(1)コミュニケーション能力 イ 人間心理の理解 ロ 動機づけの理論 (2)顧客訪問のステップ イ 訪問前の準備 ロ 訪問時・商談時のマナー ハ 訪問後の整理と報告 (3)商談技術(アプローチ、プレゼンテーション、クロージング) イ 商談の目的と基本プロセス ロ アプローチ ハ プレゼンテーション ニ クロージング (4)アフターセールスの技術 イ アフターセールスの意味・意義と具体的内容 ロ 納品管理 ハ クレーム処理 ニ アフターサービス (5)組織的営業 イ 組織的営業の必要性 ロ 組織的営業の取り組み
5. 与信管理	(1)顧客の知識 イ 顧客に関する情報の必要性と体系 ロ 事業活動内容 ハ 自社の納入実績 (2)信用情報の基礎知識 イ 信用調査の意義と目的 ロ 取引に関して必要になる信用情報(売上高・利益額の推移等) ハ 信用調査の方法 ニ 与信管理の進め方
6. 債権保全と回収	(1)債権保全の法的留意事項 イ 債権保全の短期基本対応策 ロ 取引条件の確認 ハ 売掛債権の明確化 ニ 納入商品の引き上げ

試験範囲	
	(2)債権回収方法の基礎知識 イ 債権回収のための基本数値とその具体的活用方法 ロ 債務者からの回収方法 ハ 支払督促(督促手続)の意義と流れ
Ⅱ. 営業法務基礎 1. 契約法務	(1)契約および契約履行の基礎知識 イ 契約成立の基礎知識 ロ 契約履行の基礎知識 (2)保証・担保の基礎知識 イ 保証・担保の意義 ロ 不動産を担保に取る際の留意点 ハ 動産を担保に取る際の留意点 ニ 保証金を担保に取る際の留意点 ホ 個人保証の取り方 ヘ 法人保証の取り方 (3)手形・小切手の基礎知識 イ 手形・小切手の意味と種類 ロ 約束手形・為替手形・小切手の違い ハ 手形・小切手を受け取る際の留意点
2. 消費者保護	(1)消費者基本法 イ 消費者基本法成立の背景 ロ 消費者基本法の概要 ハ 最近行われた改正の背景 (2)個人情報の保護に関する法律 イ 個人情報保護法成立の背景 ロ 個人情報保護法の概要 (3)消費者保護の各種法 イ 消費者契約法 ロ 割賦販売法 ハ 特定商取引法
3. 公正で自由な競争	(1)私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律 イ 独占禁止法の概要 ロ 主な法令違反行為と措置の概要 (2)不当景品類及び不当表示防止法 イ 景品表示法の概要 ロ 景品類の制限および表示 ハ 不当な表示の禁止