

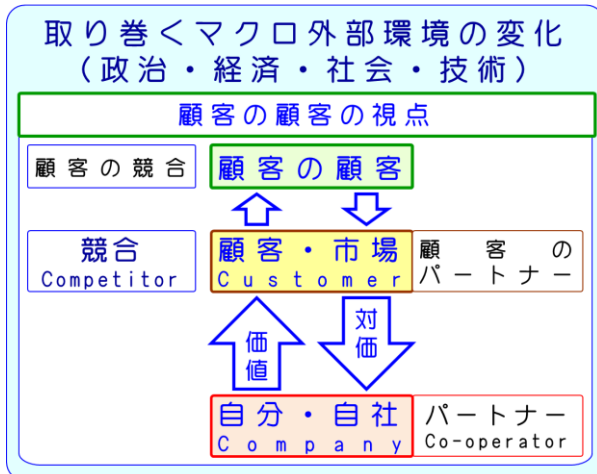
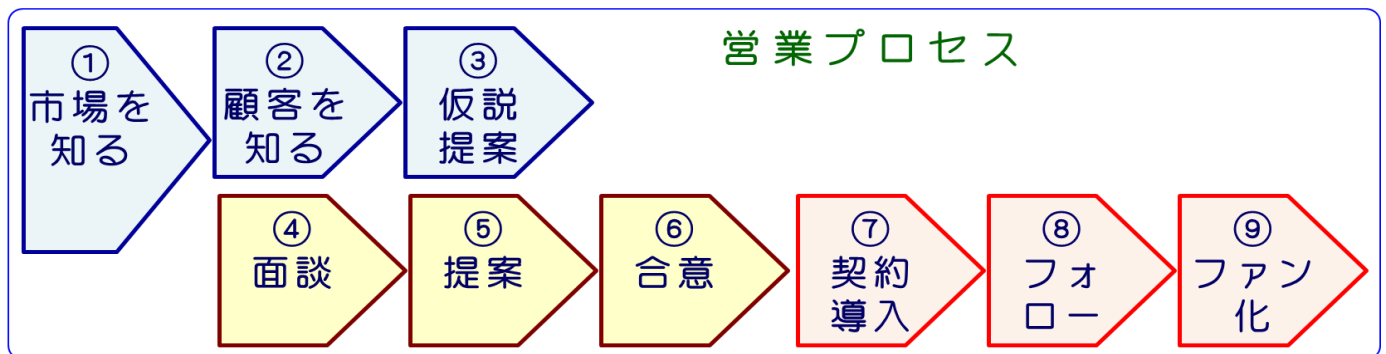
『Ⅲ. 日常の営業プロセスに沿った人材育成』

Ⅲ. 日常の営業プロセスに沿った人材育成

ポイントは如何に納得し意欲を持って職務を遂行し組織目標を達成し、職務遂行の中でキャリア目標に向けた専門能力・基礎能力・概念化力を身につけ成長してもらうかです。

日常の営業プロセスに沿った能力育成は、職位・職務遂行能力・経験年数・年齢と気持ちを踏まえ、実務の中で、任す・見守る・相談・助言・OJT・フィードバックで行いました。

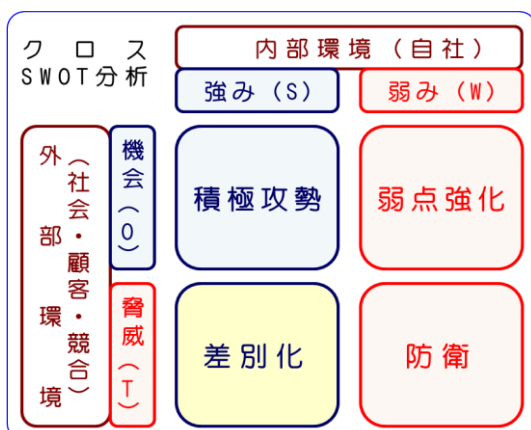
営業プロセスをお目通しいただけば、メンバーが自律・自立して期初の総合攻略計画策定段階から実行段階の面談・提案からファン化までを実践することにより、専門能力・基礎能力・概念化力の全ての能力向上が見込めることをご理解いただけると思います。

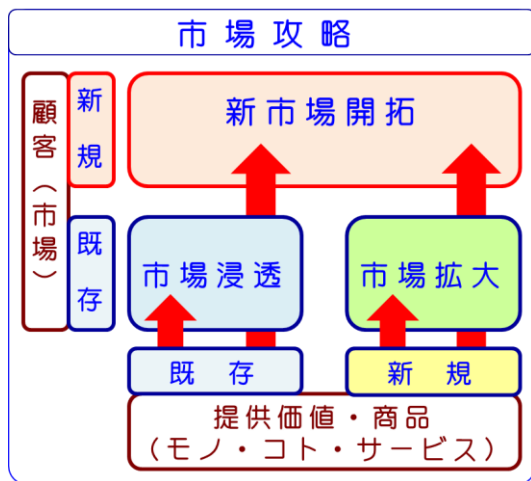


① 『市場を知る』では、期初に各自担当市場の緊急度・重要度・難易度など総合判断しプライオリティづけし総合攻略計画を策定する。総合判断は、マクロ外部環境・市場・競合環境、自社の強み・弱み、顧客の顧客の視点、業種・企業規模、同一性・類似性企業の多少、企業の親和度の高低（ファン化度）、継続担当企業・新規担当企業などで行う。

② 『顧客を知る』では、『市場を知る』の総合判断から、効果的ないくつかの企業を選定し、個別に重点企業攻略計画を策定する。HP 情報などから顧客企業を取り巻く環境、企業・組織のニーズ・問題・課題を想定し攻略計画を策定する。予算策定時期・稟議ルートに留意する。

③ 『仮説提案』では、企業個々の問題・課題解決策を想定し仮説提案をまとめる。





- ④ 『面談』では、顧客と面談・折衝し親和と興味換気を進める（顧客のミドル・担当者・トップ層のキーマン・賛同者・反対者など）。
- ⑤ 『提案』では、仮説提案を面談・折衝を繰り返して確認・修正し実体提案に仕上げ提案する。
- ⑥ 『合意』
- ⑦ 『契約・導入』
- ⑧ 『フォロー』では、早期立ち上げ・定着をサポートし・効果を確認・レビューする。
- ⑨ 『ファン化』では、定期訪問・情報提供などで顧客満足度を向上させる。新たな商談を探る。

