



土屋裕之 1965年10月生まれ 静岡県出身
17年間小売業（スーパーマーケット）に従事し、異業種であるガス業界に飛び込む。ガス販売会社での事業部長・管理部長の経験を活かし、新規開拓・機器増販・社員教育および行動計画表を中心とした、PDCA サイクルの実践を得意として活動し高い評価を得ている新進気鋭の講師。

「営業偏差値レベルアップ」シリーズ研修のご案内

1. 営業偏差値レベルアップ研修のねらい

- ① 状況に合わせた応酬話法を身につけて、見込対象への提案力を高め「ガス機器はこわれてからでないと売れない」という固定観念を払拭します
- ② 活動実績・販売機器種類・販売実績・行動意識を営業偏差値として定量的に評価することで、個々の現状と課題を明確にして改善策を実践できる営業員を育成します
- ③ 予算を達成するための行動計画の必要性を認識させ、自身の行動を自己検証・自己改善できるレベルまで高め、営業の楽しさ・魅力を実感できる真の営業員を育成します
- ④ 明日から取り組むべき、経年機器見込対象顧客へのガス機器販売活動について、具体的な活動や実践するツールと共にご提案します。

2. 開催方法及び概要

1. 参加対象 営業担当者、営業責任者
2. 日数・時間 3回～4回コース（1回6時間程度、状況・ご都合に合わせて実施）
※対象やご要望に応じて、内容・回数は臨機応変に対応します
3. 資料 研修テキスト、行動計画表サンプル、その他ツール
PDFデータで送付します。貴社にて、印刷をお願いします。（30頁以上）
4. 費用 1回 18万円×回数（交通費・宿泊費・消費税等別）

3. カリキュラム例(対象・目的に応じて内容・タイトルは変更します)

| 実施内容案 | 備考 |
|---|---|
| <p>タイトル 壊れる前に提案する「営業偏差値レベルアップ」研修</p> <p>1. 営業偏差値を高める具体的な活動</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 営業偏差値の解説⇒項目別偏差値による傾向と改善策 2) 営業偏差値の自己分析から今までの活動を検証して改善を図る 3) 他者との比較・意見を取り入れて活動目標を発表する <p>2. 行動計画表の作成</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 見込対象をカテゴライズ化して検証可能な行動計画表を作成する 2) 他者との比較・意見を取り入れて行動計画を発表する <p>3. 応酬話法を活用してお客様の購買欲求を顕在化させる</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) お客様の「断り言葉」に対する応酬話法を習得する 2) 効果的なアプローチシート・提案ツールで会話を盛り上げる 3) 自己検証型ロールプレイングの実施社員の行動を変える <p>2回目以降は、実績の検証および改善策の検討を実施する</p> | <p>データ提供 営業偏差値診断シート 行動計画表サンプル 見込客カテゴライズシート アプローチシート 社員の指導法の資料提供</p> |

「新規顧客開発推進」シリーズ研修のご案内

1. 新規顧客開発推進研修のねらい

- ① 「市場診断分析シート」を活用して対象エリアでの特性を検証し、見込対象の区分けと優先順位を決定して実践すべき最善策を提案します
- ② 顧客囲い込みの基本となる「7つのロックイン戦略」について解説し、現状の自社顧客を守るための具体的手法を提案します
- ③ 自社獲得と代理店獲得の相違点・特性について解説し、自社獲得の優位性と顧客増加によるメリットを理解させ意識変革を行います
- ④ 他社顧客の囲い込み度合いを見極めて既存業者に対する不満を解消する提案を実施し、切替による新規顧客開発を推進する営業員を育成します

2. 開催方法及び概要

- 4. 参加対象 営業担当者、営業責任者
経営幹部を含めた全社員を対象とすることも可能です
- 5. 日数・時間 3回～4回コース（1回6時間程度、状況・ご都合に合わせて実施）
※対象やご要望に応じて、内容・回数は臨機応変に対応します
- 6. 資料 研修テキスト、行動計画表サンプル、その他ツール
PDFデータで送付します。貴社にて、印刷をお願いします。（30頁以上）
- 4. 費用 1回 18万円(交通費・宿泊費・消費税等別)

3. カリキュラム例(対象・目的に応じて内容・タイトルは変更します)

| 実施内容案 | 備考 |
|--|---|
| <p>タイトル 「新規顧客開発推進」研修</p> <p>1. 市場診断分析から特性を理解して対象見込を明確にする</p> <p>1) 対象エリアの特性と最大公約数からの目標設定</p> <p>2) 見込対象の区分けと対象別のアプローチ手法</p> <p>2. 顧客囲い込み戦略について</p> <p>1) 7つのロックイン戦略の考え方と実践策</p> <p>2) 他社の囲い込み戦略の検証と対応策について</p> <p>3. 行動計画表の作成</p> <p>1) 見込対象をカテゴライズ化して検証可能な行動計画表を作成する</p> <p>2) 他者との比較・意見を取り入れて行動計画を発表する</p> <p>4. 応酬話法を活用してお客様の切替負担を軽減させる</p> <p>1) お客様の「断り言葉」に対する応酬話法を習得する</p> <p>2) 効果的なアプローチシート・提案ツールで会話を盛り上げる</p> <p>3) 自己検証型ロールプレイングの実施社員の行動を変える</p> <p>2回目以降は、実績の検証および改善策の検討を実施する</p> | <p>データ提供</p> <p>市場診断分析シート</p> <p>行動計画表サンプル</p> <p>見込客カテゴライズシート</p> <p>アプローチシート</p> <p>社員の指導法の資料提供</p> |

※時間・内容は、モデルです。ご要望に合わせて実施します。ご指示ください。

お問い合わせ hiroshi@mdys.co.jp へメールでお願いします
その他の研修・講演も気軽にご相談ください。メールで資料お送りします。