

プレゼンの成功率、コンペの勝率を高めたい・・・

# 提案営業研修

落とせない**商談を確実に決める**急所を解説

日程◆20\*\*年\*\*月\*\*日(※) ※1～2日間。  
時間◆午前10時～午後5時 ※スライド可能。  
会場◆\*\*\*\*\*  
対象◆社長、営業役員、営業管理者(部門長・拠点長)、  
営業担当者、営業関係者の方々



⇒営業活動の疑問が解け、成績優良者の仲間入りを果たせます。  
⇒ルーティンの売りに上げに、新たな売りに上げをプラスできます。  
⇒製造・技術・サービススタッフ、配置転換・出向者の戦力化も可能です。

内容構成 ※内容の改訂により一部が変更になる場合あり。

## 【第1部】提案営業の進め方

### I 確実に成果につなげるポイント

1. 注目の提案営業をどのように適用すべきか
2. 提案営業にはとてもマッチする領域がある
3. 役立ちの追求をベースに潜在ニーズを掘り起こす
4. 「ルーティン」を超えた働きかけが必須となる
5. この際、営業の仕事に対する基本認識を改めよ
6. 収益伸長の鉄則はがっかりするほどシンプル!
7. 提案営業の2つの呼称、2つの支柱とは
8. 営業が向かい合うべきはパソコンでなく顧客である
9. 提案営業をこう捉え直せば、数字を大きく伸ばせる
10. 提案営業に取り組むうえでの2つのキーワード
11. 営業の根本思想を誤ったままでは努力が空回りする
12. 営業活動にともなうストレスと苦勞を減らすコツ

### II 提案営業、本物の条件と手続き

1. 提案営業の定義・流れ、ソリューションの本質
2. 課題と解決策の關係に気づけば、収益を伸ばせる
3. 本物の提案営業では「提案」を重んじない
4. 顧客理解の勘どころ、提案内容の勘どころとは
5. 営業担当者が商談を決めることはありえない
6. いやというほど分かる「和田創方式 提案の概念」
7. 課題の析出の手順、解決策の具体化のポイント
8. まずは顧客の現状における「問題点」を掘りさげよ
9. どうしたら大きなソリューションにつながられるか
10. 提案営業における商品の具体的イメージとは

## 【第2部】営業提案書のまとめ方

### I 顧客の納得を引き出すポイント

1. いわゆる「提案書」は販売資料にすぎない
2. 提案書の作成に入る前に不可欠な自問自答とは
3. 顧客への貢献を証明することが提案書の役目
4. 横並びの商品でなく課題解決の知恵で差別化を図れ
5. 提案書による商談をかならず決める最大の要諦

### II 手間をかけない提案書の作成法

#### A. 「課題」のまとめ方 ～顧客理解の核心

1. 提案書と呼べる最低の要件はシンプルな2部構成
2. 提案営業のカギを握るのが診断に当たる課題である
3. 種まきがうまいかへたかで収穫量は全然違う

#### B. 「解決策」のまとめ方 ～顧客貢献の核心

1. 課題という診断に則して解決策という処方固めよ
2. 解決策では役立ちという価値がシビアに問われる
3. 顧客の立場でどこまで商品の利用に踏み込めるか
4. 顧客価値の最大化を追求すると商品の複合が起こる
5. ライバル商品から自社商品への買い替えを促すコツ

#### C. 「効果」のまとめ方 ～ベネフィットの描写

1. CSの実現を目指すには効果を最重視せよ
2. 顧客の観点で思いつかぎり効果を洗い出す
3. どうしても「効果」の欄を埋められないなら・・・

#### D. 「表紙」のつくり方 ～顔の魅力の演出

1. 顧客の関心を喚起するだけでなく食欲を刺激せよ
2. 表紙の中核要素となるタイトルは踏ん張りどころ
3. ビジュアルと「はじめに」は顧客への訴求力を増す

成績・業績を大きく伸ばせる超々ロングセラー講座。

主催◆\*\*\*\*\*

録画・録音はできません。

## 内容紹介

いわゆる「提案営業」が浸透するにつれ、効果を疑問視する声が大きくなっています。それも当然、ほとんどが**商品推奨営業か御用聞き営業**のいずれかです。そのためにわざわざ資料をつくっていたらパソコンに向かう時間が長くなり、数字を押し下げてしまいます。

提案営業とは、引き合いや注文が年々減っていく市場環境下で、営業担当者が自らきっかけをつくり、案件に育てる取り組みのことです。具体的に述べれば、顧客の抱える課題を明確化したうえで、その解決策を提示する「**ソリューション**」の実践にほかなりません。

本講座では、提案営業指導の第一人者が顧客のベネフィットにフォーカスし、その最大化を追求する“**本物の提案営業**”について分かりやすく解説します。また、提案営業の最重要ツールとなる「**提案書**」の作成法についても使いやすいフォームを用いて解説します。

成果の上がる提案営業の考え方と進め方、さらに具体的なイメージをつかんでいただきます。

**顧客から選ばれる営業に生まれ変われます。**

## 講師紹介



和田創研代表  
営業再建屋  
**和田 創**  
(わだ・そう)

勝つうえで  
必須となる  
営業手法です。

数字立て直し一筋の経営コンサルタント。おもに「教育」を通じて社員の意識・行動改革を促し、組織風土の刷新、業績の拡大、成長の持続を成し遂げる。支出削減でなく収入増加による企業再生にこだわる。業種や規模を問わず、多くの顧問先を営業が強い会社に短期間で甦らせてきた。

「環境適応と経済合理性」を2本柱とした指導に対し、トップが絶大な信頼を寄せる。とりわけコンサルティングの精神とソリューションの技術に根差した、“本物の提案営業”の定着に心血を注ぐ。

その習得の場として、本邦最高峰の「営業精鋭学校」を開催。また、危機感と変革志向の強い社長の個別相談に応じる。MBAで「営業学」を教える。企業での教育と指導を含めた年間の講演実績は百回前後。

『結果を出せない営業はこう立て直す』『御社の営業をよくするヒント』など著書は多数。『社員ポスター 社員テキスト』『営業ポスター 営業テキスト』などユニークな研修教材は多数。

## 受講申込み

まずはお電話をください。

研修の進め方、日程・時間、会場などのご相談に応じます。

費用の明細は、見積書にてご提示します。

ご納得いただけましたら、受講申込書にご記入のうえ、ファクスでお送りください。

研修の実施方法の詳細については、後日お打ち合わせをさせていただきます。

お問合せ・ご相談は、  
お気軽にどうぞ。

**TEL 050-3786-3704**

**FAX 050-3737-4562**

## 和田創研

MAIL [info@wadasouken.co.jp](mailto:info@wadasouken.co.jp)

HP <http://wadasouken.co.jp>

〒104-0061 東京都中央区銀座1-28-11 アクロス銀座505

## 提案営業研修 受講申込書

※受講予定者の欄はお申し込み時点でののおおよそをご記入ください。

申込企業	社名	年商	百万円	社員	人
	業種	商品			
申込責任者	氏名	所属	役職		
	所在地 〒				
	TEL	-	FAX	-	-
	MAIL				
受講予定者	部門	階層	受講者	人	
	部門	階層	受講者	人	
	部門	階層	受講者	人	
	部門	階層	受講者	人	
	部門	階層	受講者	人	

受講申込書にご記入いただいた「個人情報」は、本研修の事務手続きと運営のほか、当社グループからの関連情報の提供に使用します。第三者に開示・提供することはありません。