

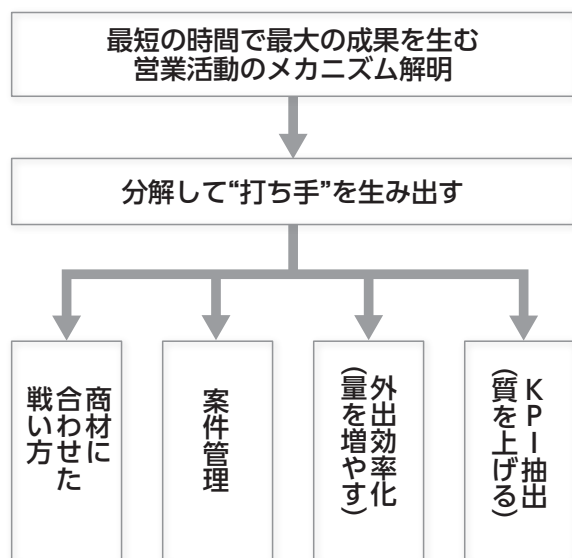
## ■「売れる仕組み・体制」づくりに必要なマネジメント手法を学ぶ

## 営業部門管理者のための営業マネジメント・デザイン研修

1日  
(7時間)

- 現状の営業体制が見える化し、アウトプットを最大化できる体制へと革新するための視点や手法を身に付けます
- 成果につながる営業活動を、誰もが実践できる仕組みとして標準化させる手法を身に付けます

## 》プログラム構成



## 》このような悩みをお持ちの方にお勧めです

- 新規開拓などやるべきことはあるが、限られた時間や人員の中で現状維持が精一杯。
- 組織的・標準的な営業体制が整っておらず、メンバーごとに営業方法や実績がばらばら。
- 「待ち」の営業体制から抜け出せていない。

## 講師のコメント



高村 航

利益＝売上－費用にはなりますが、売上と費用にも関係があり、これらを分解して正しく手を打たないと、せっかくの営業活動が徒労に終わることも少なくありません。本研修では、営業部門管理者として把握すべき数字や項目間の関係を押さえ、何をどうすれば業績が上がりやすくなるのかを体系的に学びます。

また、研修直後の実業務から将来のSFA構築などにも役立つ実践的コンテンツも用意しています。

※講師略歴はP67に掲載しています。

## 開催日程・スケジュール

オンライン1日

2026年 第3回 9月8日(火)

講師	日本生産性本部 講師・主任経営コンサルタント 高村 航	
会場	オンライン (Zoom)	
定員	30名	
対象者	営業部門の管理者 (部長・課長)	
1名あたり 参加費 (消費税10%込)	賛助会員	一般
	39,600円	44,000円

\*昼食のご用意はございません。

時間

第1日

9:30

9:30 開始

## 0. 現状確認

- (1) わが社の営業体制  
【演習】事前アンケート結果の確認・共有
- (2) 営業施策デザインのあるべき方向性

## 1. 商材の特徴と戦い方

- ・特徴比較の方法
- ・商材の特徴ごとの戦略 (よくあるエラーと対応策)
- 【演習】自社の商材をもとにした検討

## 2. 量と質

- (1) 量を増やすために  
・営業稼働率と付加価値時間の創出
- (2) 質を上げるために  
・限られた資源 (人・時間等) を有効活用するには  
・営業プロセス全体の見直し
- 【演習】先行指標の設定

## 3. アクションプランとPDCA

- (1) アクションプラン策定のプロセスと注意点  
【演習】アクションプランにおけるPDCA

## 4. まとめ

17:30

17:30 終了

## 本研修受講後の推奨プログラム

- ①戦略的管理職研修 (P.32) ②上級管理者研修 (P.24)