

～経営改革は、営業部門から～

# 「強い営業」を創る 営業改革の進め方

日時 2018年 1月 23日(火) 13:00～17:00

主催  日刊工業新聞社

会場 日刊工業新聞社 東京本社 セミナールーム  
東京都中央区日本橋小網町 14-1 (住生日本橋小網町ビル)

受講料 21,600円 (資料代含む、消費税込)



## 日刊工業新聞社 東京本社 セミナールーム

東京都中央区日本橋小網町14-1 (住生日本橋小網町ビル)

### 【アクセス】

東京メトロ日比谷線『人形町駅』A2出口 徒歩3分、都営浅草線『人形町駅』A6出口 徒歩3分  
 東京メトロ半蔵門線『水天宮前駅』8番出口 徒歩4分

### ●申込方法

お申し込みはWeb (<http://corp.nikkan.co.jp/seminars/>) かFAXまたは郵送にて受け付けております。申込受付後、受講票と請求書をお送りいたします。受講料は銀行振込にて開催の前日までに必ずお支払いください。尚、お支払い済みの受講料はご返金できかねますので、ご了承ください。振込手数料は貴社でご負担ください。

### 口座名義

(株)日刊工業新聞社

りそな銀行	東京営業部	当座	656007
三井住友銀行	神田支店	当座	1023771
みずほ銀行	九段支店	当座	21049
三菱東京UFJ銀行	神保町支店	当座	9000445

### ●申込先 日刊工業新聞社 業務局 イベント事業部 技術セミナー係

〒103-8548 東京都中央区日本橋小網町14-1 (住生日本橋小網町ビル)  
 TEL 03 (5644) 7222 FAX 03 (5644) 7215  
 e-mail: j-seminar@media.nikkan.co.jp

受講 申込書	1/23 「強い営業」を創る営業改革の進め方 お申し込みは FAX 03-5644-7215		※振込手数料は貴社にてご負担ください。	
	■受講料:21,600円 (資料代含む、消費税込)			
会社名			業種	
氏名	フリガナ	部署/役職	TEL	
			FAX	
所在地	〒			
	E-mail:	※今後、E-mailによるご案内を希望しない方は チェックをしてください。 <input type="checkbox"/>		

※お申込み受付後、受講票ならびに請求書をお送りいたします。  
 ※一度お振込みいただいた受講料につきましては、ご返金できかねますのでご了承ください。

No.170342

### 個人情報の取り扱いについて

ご登録いただいた情報は日刊工業新聞社が細心の注意を払い、展示会・セミナー・サービス等、各種ご案内を送らせていただくことを目的に利用させていただきます。

なお、宛先変更・配信停止をご希望の際は右記までご連絡ください【ご連絡先】日刊工業サービスセンター 情報事業部 nkmail01@nikkans.co.jp

## 開催主旨

# 営業改革は何故進まないのか？

業界の慣習が崩れ、ビジネス環境は大きく変わりました。その影響を最も受けているのが営業です。

- ・新規開拓がなかなか進まない！
- ・競合他社との価格競争が一層熾烈になった！
- ・提案営業、ソリューション営業と言われるが、これまでと何が違うのかわからない！
- ・情報共有、プロセス管理の徹底ということで、報告業務が非常に増えた！
- ・これまでの知識や成功体験が通用しない！

といった状況に直面しているのが営業の状況と言えるのではないのでしょうか。

営業担当者にこれまで以上の努力に期待するだけでは、疲弊するばかりで、成果が挙がらないのは当然と言えます。

営業改革は、まさに経営にとっては最重要課題と捉えるべきです。

このような状況を打破するための一つとして、「組織営業」が注目されています。

しかしながら、「組織営業」といっても各社の取組みは様々であり、成果もまちまちです。

今回のセミナーでは、「強い営業」を創るために取り組むべきことは何かについて、コンサルティングの現場での実践と営業マン教育プログラムの設計に携わっている観点から、短時間で成果につながる秘訣を紹介します。

## 講師

株式会社バジェット エグゼクティブコンサルタント **山下 幸彦 氏**

**【略歴】** 鹿児島大学法文学部卒業後、(株)リクルートに入社。(株)リクルート映像、(株)日本経営システム研究所を経て、2012年10月、(株)バジェットの立ち上げに参加。25余年にわたり一貫して採用・人財開発、人事制度の構築、事業計商策定の支援に関わってきました。業種・規模を問わず、企業の変革のための企画提案・実行支援を得意としています。

## プログラム

### 1. 何が営業部門を機能不全にしているか？

- 自社の営業力の測り方
- 受注確率論の限界
- 提案型営業の限界

### 2. 営業部門の管理手法は適正に機能しているか？

- 行動管理型と成果管理型の問題点
- 自社のあった管理手法の決め方
- 報酬制度の設計の考え方

### 3. 営業教育は営業力強化につながっているのか？

- 効果的な営業教育の要点
- 組織営業のための営業教育の考え方
- 学習する組織の構築の仕方