JMA 一般社団法人日本能率協会

［大阪開催のご案内］

**顧客の潜在ニーズをつかみ、**
**自社の商品・技術を真の課題解決のために提供する営業ノウハウを学ぶ**

# BtoB企業のための技術営業スキル基礎セミナー

■開催日時　［時間］ 2日間とも 10:00 ～ 17:30

**2026年11月5日㈭～11月6日㈮**

■会　場

日本能率協会 関西事務所 研修室（大阪市北区梅田）

■参加料（税 込）

- 法人会員　114,400円／1名
- 会 員 外　126,500円／1名

講師紹介（敬称略）

**坂田英之**　（株）日本能率協会コンサルティング　顧客価値・サービス生産性革新センター　チーフ・コンサルタント

## ■ 開催概要

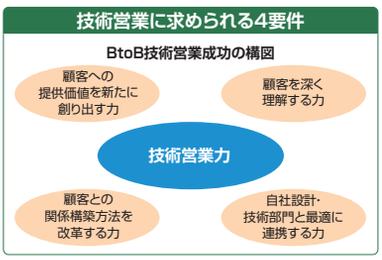
### このような課題をお持ちの方々にお奨めします

- お客様の課題解決と自社製品にミスマッチが起きている
- 技術的提案から、いかに製品受注確度を向上できるか、そのスキルの伸び悩みに直面している
- ノウハウがないまま技術営業活動を行っている。本質的な課題抽出、価値を最大限に提供する為にはどうすればよいかわからない

## ■ 参加対象

- BtoB 企業の技術営業担当者、マネジャー、管理者の方
- 技術部門の営業支援スタッフの方
- BtoB 企業の経営企画部門、事業部門、技術部門等の管理者、スタッフの方

※技術者の方でなくてもご理解いただけるプログラムです。
※一般的な営業経験が一年以上の方が対象となります。（技術営業は未経験でも結構です。）




## ■ 特長

- 業界の動向と、顧客の潜在的な欲求を確実に把握し、自社の技術とマッチングさせるために、新たな価値、魅力を創り、提供できる営業スタッフを育成する。
- 顧客ニーズを正しく組織に伝え、自社設計・技術部門と最適に連携できる力を身につける。
- 顧客を深く理解し、良好な関係を構築するために有効な技術営業のスキルの基本を学ぶ。
- 「技術営業力」＝「ソリューション力」を高める４つの要件のベーシックな考え方・手法を確認する。
- ケース演習を組み込み、体感的に理解を深める。


JMA 経営革新を推進する 一般社団法人日本能率協会　関西事務所
E-mail : jma-kansai@jma.or.jp TEL : 06-4797-2050　https://www.jma.or.jp/kansai/


●申込・セミナー詳細は
JMA100278　検索

## ■プログラム　［開催時間］ 2日間とも 10:00～17:30（昼食時間 12:00～13:00）

DAY 1

### 【基本的な考え方を共有する】

**1. オリエンテーション**

**2. 技術営業の期待役割とは？**

●技術営業に期待される役割を、顧客（業界）視点・自社視点から改めて確認する
●技術営業力＝ソリューション力を高めるためには４つの要件があることを改めて確認する

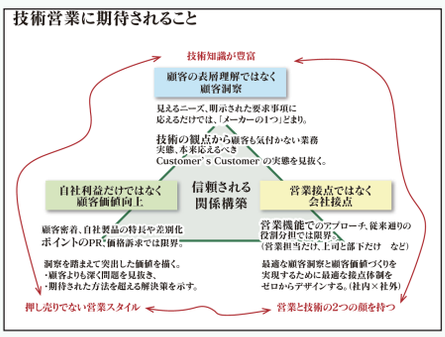
**3. 自分の強化ポイントを押さえる** 演　習

●4 つの要件について、自社（自分）の現状を客観的に診断し、充実のための課題を抽出する
①セルフチェック
②分析～課題抽出～グループディスカッション

### 【要件 1 顧客を深く理解する力】

**4. 顧客を深く理解する」とは？**

①顧客を深く理解する＝潜在的な問題を掘り起こす
②顧客を深く理解するためのアプローチ・必要情報
顧客の５フォースを理解する
顧客のプロセスを理解する
顧客の戦略ギャップを理解する
③顧客の潜在的な問題を掘り起こすには…
上位のキーパーソンとの接点を充実させる
業界トップ・あるべき姿と比較する
徹底的に現場の実態・意見を収集する




**5. ケース企業の潜在的な問題を想定する** ケース演習

①ケース企業の資料の読み込み
②ケース企業キーパーソンへのインタビュー計画＆実施（※講師がキーパーソン役）
③業界トップ企業情報の分析
④ケース企業の潜在的な問題抽出

※内容は、変更される場合があります。あらかじめご了承ください。

DAY 2

### 【要件 2 顧客への提供価値を新たに創り出す力】

**6. 提供価値を新たに創り出す力とは？**

●これまでのソリューションの殻を破る
●殻を破る３つのアプローチ……戦略から現場・現実まで
①新たなビジネスモデルづくり
②パートナー含むソリューション力トータルプロデュース
③徹底的な現場の課題バラシと現場改善

**7. ケース企業への提供価値を企画する** ケース演習

①ケース企業のビジネスモデルに関する情報分析
②ケース企業のパートナー情報の分析
③ケース企業の現場の課題バラシの確認
④ケース企業への提供価値を企画する

### 【要件 3 顧客との関係構築方法を改革する力】

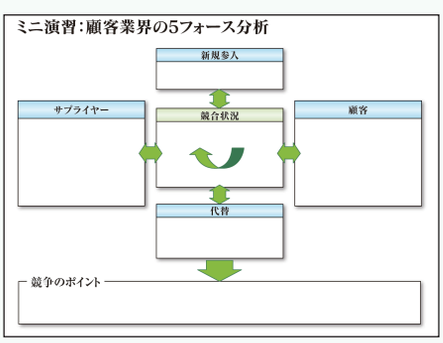
**8. 顧客との関係構築方法を改革する力とは？** ミニ演習

●これまでの関係構築方法の限界
●関係構築方法を改革する３つのアプローチ
①ソリューションを通じた顧客とのコラボ体制づくり
②ソリューションの付加価値を高めるサービスづくり
③上位キーパーソンの社内・業界での価値向上サポート

### 【要件 4 自社設計・技術部門と最適に連携する力】

**9. 設計・技術部門との連携を考える** ミニ演習

●なぜ、営業・設計・技術はうまく連携できないのか
●重要な、営業からのアプローチの変革
①プロアクティブな報連相
②意図的な協業によるコアコンピタンスづくり
③ベンチマーク視点での改革提言




※内容は、変更される場合があります。あらかじめご了承ください。

### 参加者の声

- 顧客の立場に立って SWOT や3C 分析をしたことがなかったのでこの視点は持つようにしようと思った。
- インタビュー方法の見直し、潜在課題の深堀りなど BtoB 技術営業としての悩みが解決できました。
- ケース演習が具体的でディスカッションが活発。インタビューへの事前取り組みなど大変参考になりました。
- 自社製品をいかに売るかという今までの考え方から、顧客の先のユーザーや、顧客の要求している背景を知ることへの意識転換ができた。