

営業力養成セミナー [マーケティング知識編]

参加対象

- 営業担当者、販売担当者
- 営業管理職、販売管理職
- 営業企画や販売企画を担当されている方
- 営業や販売のスキルアップを目指す方
- 顧客への提案力を高めたい方

ねらい

競争の激化する現代のビジネス環境においては、営業力だけではなくマーケティング力も不可欠です。お客様のニーズを的確に理解し、市場動向を把握することで、より効果的な営業活動を行い、競争力を高めることができます。

本セミナーでは、営業担当者や販売担当者に必要なマーケティングの理論と活用方法を習得し、自社・自身の営業・販売活動での実践力を養成します

特長

- マーケティングの基礎となる理論とフレームワークを理解する
- 基本的なマーケティング手法(PEST、3C、SWOT、STP、4P等)を習得する
- マーケティングの基本を理解し、市場や顧客を俯瞰する視点を身に付け、営業・販売活動のクオリティを上げる

プログラム

10:00~17:00<昼食時間 12:00~13:00>

1. マーケティングを理解する

営業・販売とマーケティングの違いを理解する
営業・販売の役割と仕事内容
マーケティングの役割と仕事内容
営業・販売とマーケティングの3つの違い
マーケティングで大事なもの
営業・販売活動にマーケティングを活用する

2. マーケティング戦略とは何か

マーケティング戦略とは
マーケティング活動の手順
マーケティング戦略の実行フロー

3. 市場を深く理解する(環境分析)

市場分析について
マクロ環境分析(PEST分析)
PEST分析について
自動車業界のPEST分析
スマートフォン業界のPEST分析
● 演習 自社や自分が属する事業部のビジネス環境を分析してみる
ミクロ環境分析(3C)
3C分析について
有名企業の3Cを考える(事例)

4. 市場における自社を分析する

SWOT分析について
● ケーススタディ演習 身近な事例でSWOT分析を考えてみよう
● 演習 自社や自分が属する事業部をSWOT分析してみよう
SWOT分析を戦略策定に活かす(クロスSWOTについて)

5. 競争に勝ち抜くマーケティングを知る

～市場を細分化し、ターゲット層を絞り、競合他社との差別化を図ることで、自社の競争優位を獲得する方法～
STPマーケティングについて
セグメンテーション(市場を細分化する)
ターゲッティング(ターゲット層を絞る)
ポジショニングとは
有名企業のSTPマーケティング事例

6. マーケティング戦略を立案する

4Pについて
4Pの視点で自社と競合を比較する
マーケティング活動の手順
● 演習 自分が担当する商品やサービスの4Pを考える等

7. 有名マーケティング企業の事例研究

講師による解説
● 演習 グループワークで参加者同士で意見交換を行う

8. 振り返りと質疑応答

※プログラム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。

開催日時

2025年12月12日(金)

[時間] 10:00 ~ 17:00

開催形式

Zoomによる配信

講師紹介(敬称略)

田中和義

株式会社エス・シー・ラボ 代表取締役
一般社団法人日本能率協会 専任講師
営業力強化コンサルタント

(株)リクルートをはじめ、人材ビジネス企業数社で、提案営業、営業マネージャー、企画マネージャー、事業統括マネージャーを経験。人材ビジネスの業界経験25年、営業経験と営業マネージャー経験あわせて20年以上の経験を持つ。

リクルートグループ各社では営業表彰20回以上、全社営業MVP表彰2回、リクルート、リクルートフロムエー2社でトップセールスクラブの殿堂入り、そして10年連続4半期目標達成の記録を持つ。(株)クイック(東証一部)においては、名古屋支店長として新規事業立ち上げに係り、5年間で年間売上を6倍以上に拡大。

【著書】

「相手に本音を語らせて、思うように動かす技術」(明日香出版社)

参加料

法人会員…55,000円(税込)/1名

会員外…66,000円(税込)/1名

