

# カリキュラム

実施機関名：一般社団法人キャリア戦略開発協会

|                 |             |                             |
|-----------------|-------------|-----------------------------|
| <b>C. 営業・販売</b> | <b>顧客拡大</b> | <b>マーケティング志向の営業活動の分析と改善</b> |
|-----------------|-------------|-----------------------------|

|             |   |
|-------------|---|
| <b>到達目標</b> | マーケティングの本質当日マーケティング志向の営業活動を理解し、自社の商品又はサービスの価値を提供するに当たってのマーケティング志向の営業活動について、分析し、改善策の検討方法などを習得する。 |
|-------------|---|

| 指導内容 | 「基本項目」           | 「主な内容」  |
|------|------------------|---|
| 指導内容 | 1 マーケティングの本質     | (1) マーケティングの基礎 <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングとは</li> <li>・マーケティングの考え方</li> <li>・市場におけるマーケティングの重要性</li> <li>・企業におけるマーケティングの役割</li> <li>・企業におけるマーケティング担当</li> </ul> (2) マーケティングの本質 <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客ニーズとウオンツ</li> <li>・マーケットインとプロダクトアウト</li> <li>・マーケティング動向と各ツール</li> <li>・マーケティングと心理的側面</li> <li>・マーケティングの本質</li> </ul>  |
|      | 2 マーケティング志向の営業活動 | (1) 顧客が求める商品とサービスの提案 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ニーズと自社商品をつなぐ営業の役割</li> <li>・顧客の表面ニーズと商品の真の価値</li> <li>・営業プロセスの標準化</li> <li>・ITを活用した購買行動の分析</li> <li>・顧客の信頼獲得と広報の活用</li> <li>・マーケティング活動の企業実例</li> </ul>   |
|      | 3 営業活動の分析と改善     | (1) 現状の営業活動の現状把握と分析 <ul style="list-style-type: none"> <li>・現在のマーケティング手法の確認の仕方</li> <li>・マーケティングと3C分析</li> <li>・マーケティングとSTP (Segmentation、Targeting、Positioning) 分析</li> <li>・マーケティングと4P (Product、Price、Place、Promotion) 分析</li> <li>・顧客が求める価値とバリューチェーン分析</li> </ul> (2) 営業活動と改善策 <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングの営業活動への活かし方</li> <li>・マーケティングとセールスプロセスの関係</li> <li>・強者と弱者のマーケティング戦略</li> <li>・確率戦市場から接近戦への仕組みについて</li> <li>・マーケティングば改善ポイントと改善方法</li> </ul> |