【問題分析力】

営業の前進力を高める実践研修

～課題を見つけ、乗り越える手順を深堀する ～

対 象	定 員	時 間	形 式
（中堅）営業部員	30名 ＊	1日 ＊	グループ型
	＊参加人数、研修時間 等、ご相談に応じます。		

目 的・効 果

■ **課題を見つけ、乗り越える手順　～営業の前進力を高める実践手法～**

1.『既成概念（思い込み）を越えて課題の本質を見つける』
既成概念を疑うというアプローチから、課題の本質を見極める視点を身につける。

2.『問題を解決できるサイズに分解（分析）して攻略する』
着実に課題解決を進捗させるための問題分析手法を身につける。

《効果》
・既成概念からの脱却により、ユニークな着眼と柔軟なアイデア着想のコツを理解
・問題分析および課題解決に際し、より本質的な要点を見つける視点の習得
・ビジネスを着実に進捗させるための問題分析・課題解決の実践手法を習得

プログラム

■ **既成概念（思い込み）を越えて課題の本質を見つける**

1.　上手く行かない理由が、外にあるとは限らない

「安くなければ売れない」
・・・と思っているのは営業だけ!?

2.　既成概念（思い込み）を疑え！

① 顧客には「買いたい、試したい」という欲求が潜在的にある …!?

② 「競合より優れた商品」であれば売れる …!?

③ 顧客の「買わない理由」を分析し、解消することが優先課題である …!?

④ ターゲット（商品を買ってくれる本人）に評価されれば、購入される …!?

3.　顧客の認識する品質

機能・性能だけでなく、信頼性やサービス、イメージなども含めて顧客が認識している「知覚品質」とは

■ **問題を解決できるサイズに分解（分析）して攻略する**

「 彼を知りて己を知らば百戦して殆うからず
彼を知らずして己を知らば一度勝ち、一度負く
彼を知らず己を知らざれば、戦う毎に必ず敗る 」

課題を乗り越え、ビジネスを進捗させる手順

～ 問題を解決できるサイズに分析する ～

《ワークショップ》「成功要因」を導きだす

題材：戦略商品「　　」

①. SWOT分析・戦略化
内的要因と外的要因を掛け合わせる

②.　4C＋C分析
ビジネス環境における成功要因を見出す

③.　ロジックツリー
“なぜ・なぜ”分析で、問題を分解する

Copyright（C）2013 Office Cloud ＆ company all rights reserved.