

営業を強くする

売れる営業の型づくり サービス紹介資料



INDEX

株式会社サプரிご紹介

営業強化したいというお声の背景にある課題

営業の型はなぜ必要なのか

業績向上に至るステップ

営業の型づくりの進め方

すべての営業に良質な営業教育を

私達は、営業力強化の専門集団です。

オンライン型営業力強化プログラム「営業サプリ」を提供しています。

会社概要

会社名	株式会社サプリ
本社所在地	〒100-0005 東京都千代田区丸の内2-2-1 岸本ビルディング6F
代表者	酒井 雅弘
設立	2017年8月
資本金	9,000,000円
事業内容	オンライン研修「営業サプリ」の開発・運営 マネジメント研修/チームづくり研修の開発・運営

代表 酒井雅弘プロフィール



1978年 株式会社日本リクルートセンター（現リクルートホールディングス）に就職。数多くの事業責任者を務める。1995年 取締役就任。2006年 退任し、現在 株式会社サプリ代表取締役社長。2021年CTI認定プロフェッショナル・コアアクティブ・コーチ（CPCC）を取得しコーチング活動を開始

<https://coach-masa.love/>

課題

- 営業プロセスが明確になっておらず、営業パーソンのスキルや経験に頼っている
- 属人的な営業活動はやめたいが、どう変えればいいかわからない
- これまで営業教育のメインはOJTで、教える側の「教える力」にもバラツキがある
- 特定のハイパフォーマーの売上のシェアが高い（2:6:2の上位2）
- 人材が辞めてしまう、育たない（組織の力・個の力どちらも高める必要がある）
- 営業のやり方そのものを変えていきたい

サプリアからのご提案

貴社オリジナル
営業の型作り
【標準化】

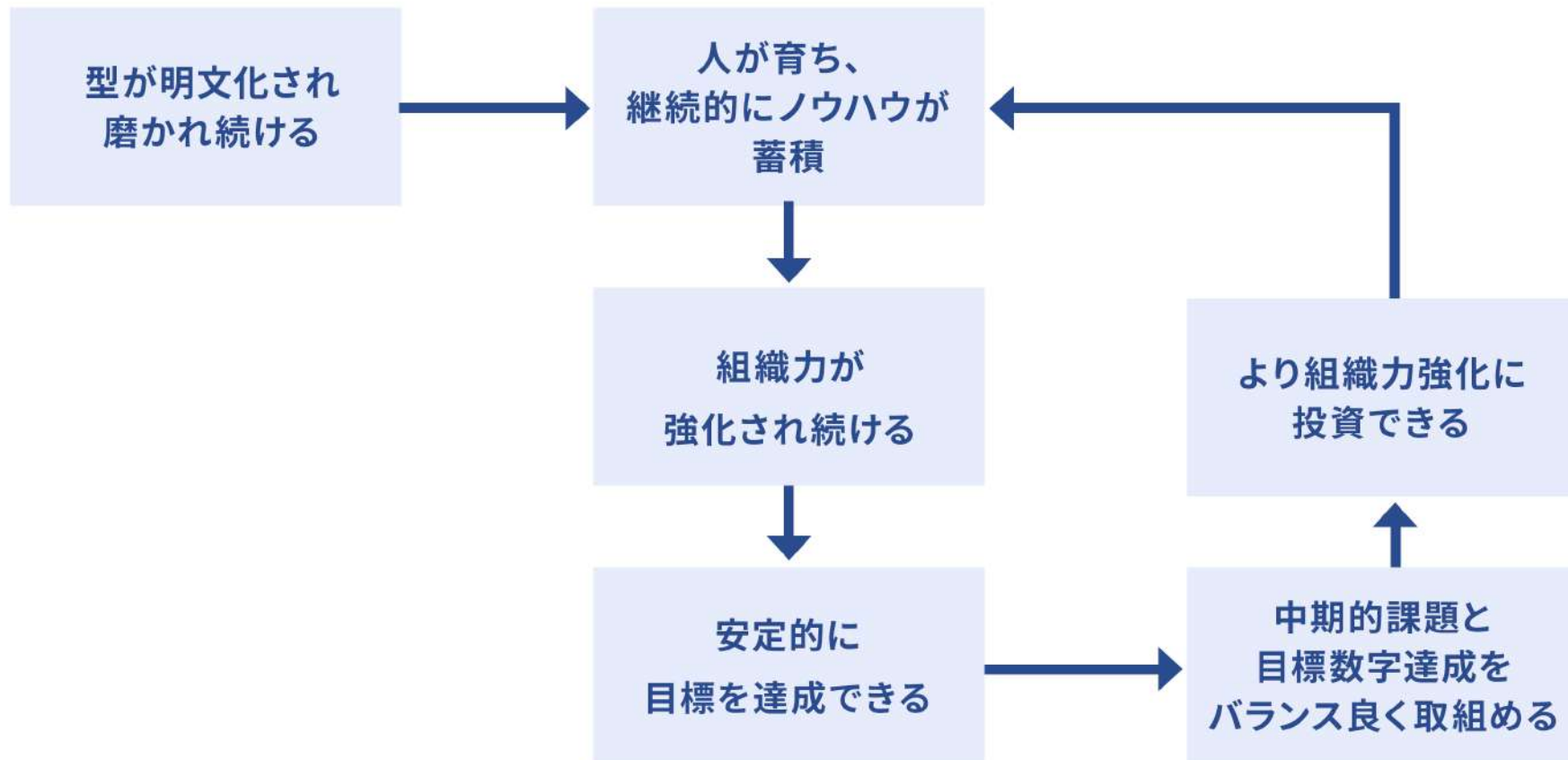
型を定着させるための
教育・仕組み作り
【体系化】

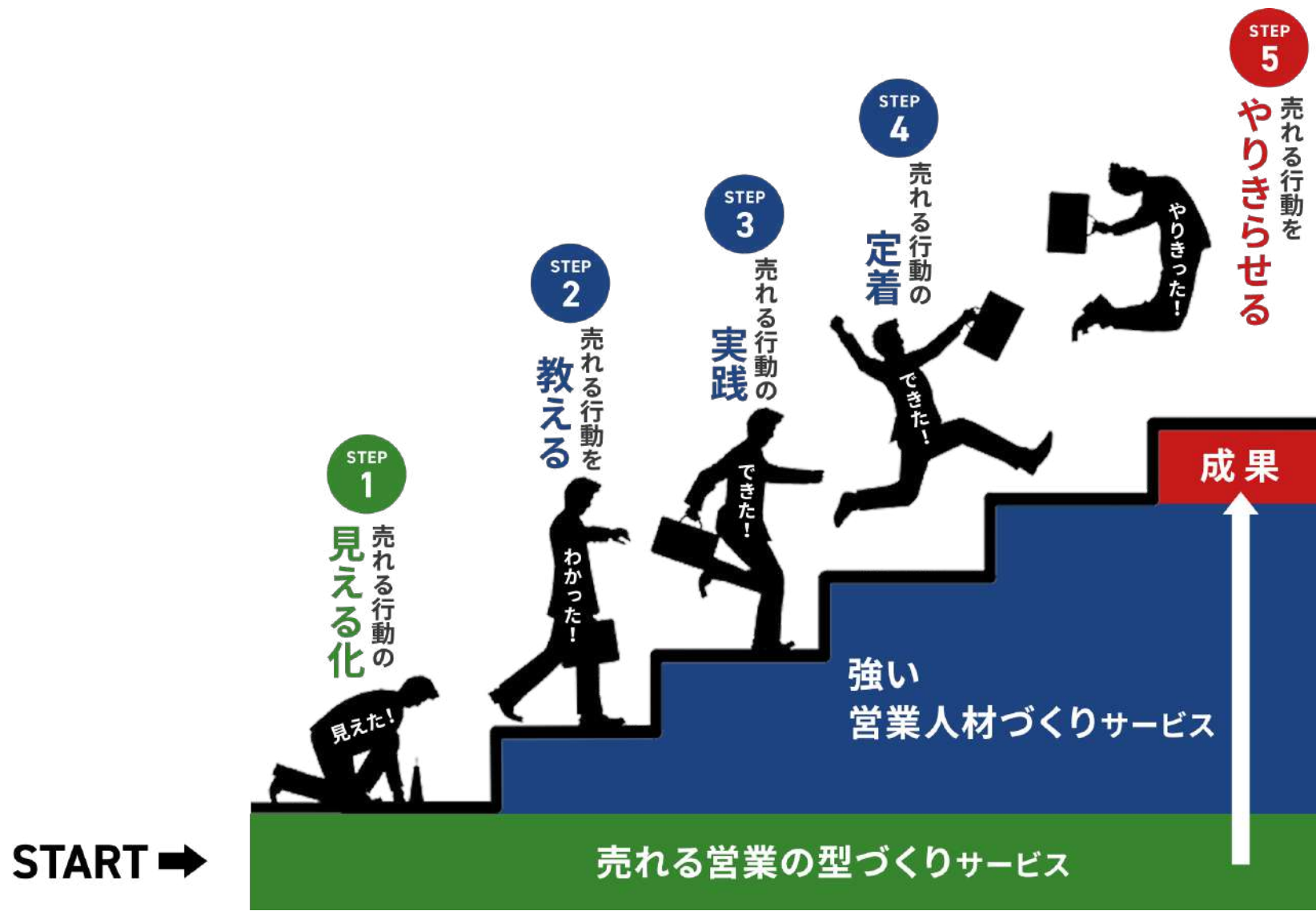
伴走型営業強化支援

営業の型はなぜ必要なのか

	X 営業の型がない組織	◎ 営業の型がある組織
営業人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> ● OJTによるところが大きい ● 営業スキルは個人に依存 	<ul style="list-style-type: none"> ● 体系的・効率的に育成することができる
営業ノウハウの蓄積	<ul style="list-style-type: none"> ● ノウハウは個人に蓄積 ● ハイパフォーマーのノウハウが形式知化されていない 	<ul style="list-style-type: none"> ● ハイパフォーマーのノウハウが形式知化され、誰でも参考にできる
営業マインド・姿勢	<ul style="list-style-type: none"> ● 何をやれば良いのかわからず、目先にとらわれがち 	<ul style="list-style-type: none"> ● 全体像が理解できているので、ゴールや顧客を意識した活動ができる
営業業績の再現性	<ul style="list-style-type: none"> ● 一部のハイパフォーマーにしか良い業績が出せない 	<ul style="list-style-type: none"> ● 誰でも営業の型を活用し業績を上げやすくなる
営業組織力	<ul style="list-style-type: none"> ● 退社時にノウハウもなくなる ● 入社の際に個別に指導する必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人の持つノウハウをアウトプットできる場所がある ● 入社時（異動時）の早期戦力化が可能

営業の型化と業績とのつながり

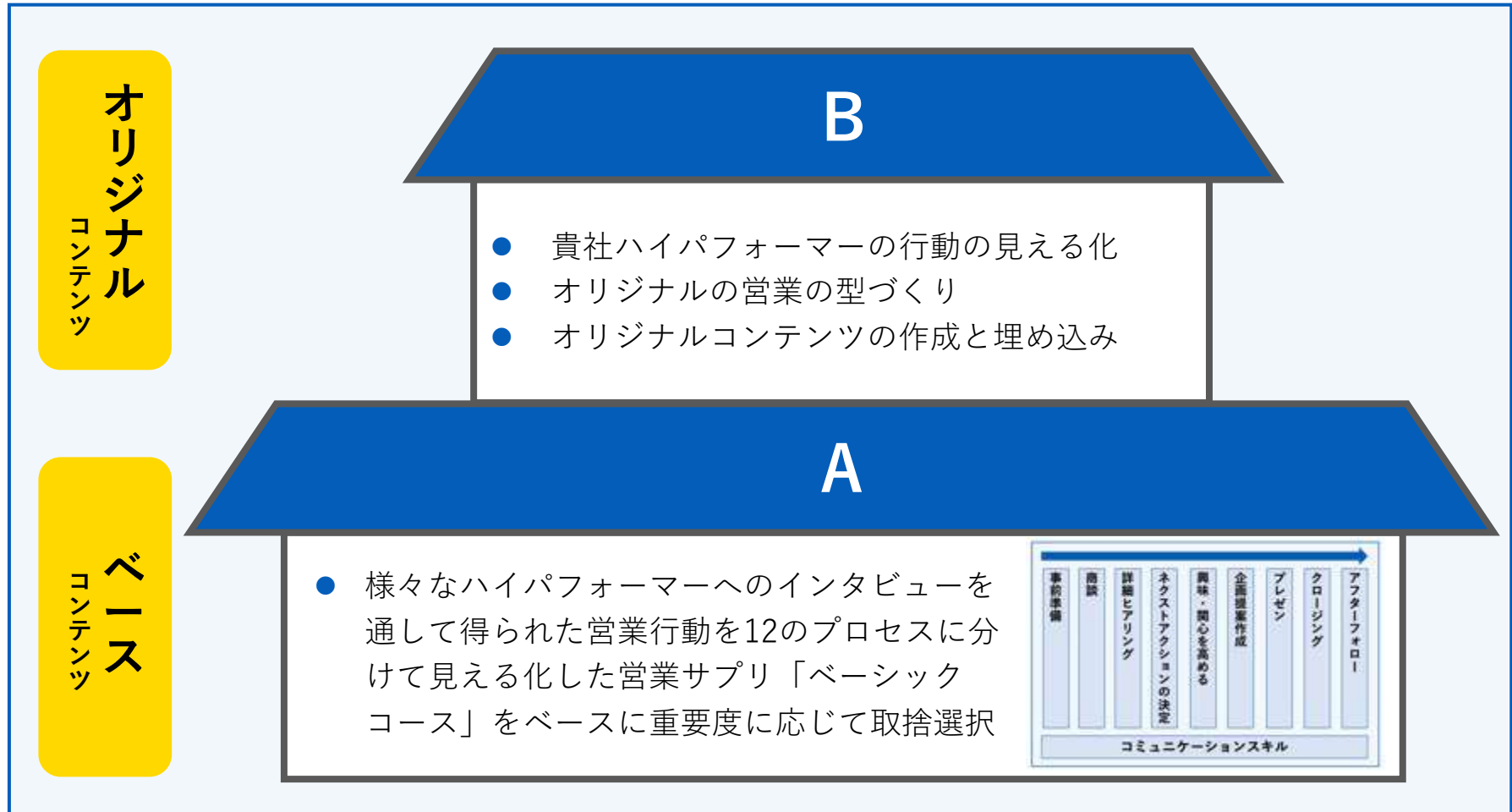




営業の型づくりの具体的な進め方



基本的な考え方として、既にサプリーで用意している営業サプリーベーシックコースをベースに、取捨選択を行い、不足部分についてオリジナルコンテンツを作成する、という進め方をオススメしております。



STEP1：売れる行動の見える化

①貴社のハイパーフォーマーの方に【営業サプリーベーシックコース】の教材をご確認頂いた上で、各単元に用意する設問に「自分流のノウハウ」についてご回答いただきます。

動画を見る
15分程度



質問に回答する
15分～30分程度



① この単元の内容は、貴社の営業にとって必要ですか？(1:必要でない 2:あまり必要でない 3:やや必要 4:かなり必要 5:とても必要)

② この単元の内容は 貴社営業 との関連性はどの程度でしょうか？(1:関連しない 2:あまり関連しない 3:やや関連する 4:かなり関連する 5:とても関連する)

③ 良い提案をするための取引先情報収集の型を教えてください。(何の情報をどこからどのような方法で入手するのか、その具体的行動など)

これを12単元分お願いしたいと考えております

②貴社ハイパーフォーマーの方にご回答いただいたご意見をもとに、貴社独自の営業ノウハウの洗い出しを実施、あわせて営業サプリの使える部分や不足部分などの整理を実施します。

No	單元名	学べる内容	No	單元名	学べる内容
営業サプリ「ベーシックコース」					
1	会社紹介 商品説明 自己紹介	<ul style="list-style-type: none"> 会社を語る定番トークの流れ 商品を説明する定番トーク 信頼と好感を生む自己紹介 	8	お客様の興味・関心を高める8つの切り口	<ul style="list-style-type: none"> 質問の選択とはお客様の反応 興味関心を高める8つの切り口 仮設に基づく関係構築
3	お客様を知る、調べる	<ul style="list-style-type: none"> 情報武器は営業の命 お客様の会社、業界を知る お客様と自社の関係を知る 	9	ネガティブな反応への対応	<ul style="list-style-type: none"> よくあるネガティブ反応 TOP5 ネガティブ反応に対する対応のコツ ネガティブ反応をされるお客様の心理
4	お客様の課題を知る	<ul style="list-style-type: none"> 課題とは何か 課題の仮説を立てる方法 仮説を立上げてヒアリングする 	10	提案づくりとプレゼンテーション	<ul style="list-style-type: none"> 標準的な提案書の構成 提案書作り10のコツ プレゼンテーション5つのテクニク
5	課題1 最初の5分	<ul style="list-style-type: none"> Step1 導入（約） Step2 自己紹介・自己PR Step3 目的の確認 	11	クロージング	<ul style="list-style-type: none"> クロージングとは何か お客様が意思決定できない3つの理由 本意を引き出す5つの質問テクニク
6	課題2 ヒアリングと商品説明	<ul style="list-style-type: none"> Step1 課題のヒアリング Step2 商品・サービスを説明 	12	お客様満足とアフターフォロー	<ul style="list-style-type: none"> お客様満足について アフターフォロー 私があなたに伝えたい成功の秘訣

取捨選択

○-1

そのまま採用

△

採用しない

○-2

オリジナルコンテンツ追加

◎

新たに作成

(○) 採用

○-1

サプリコンテンツ＋演習をそのまま使う

○-2

オリジナルコンテンツを作成し追加する

(△) 採用しない

自社においては重要でないので採用しない

(◎) 新たに作成

サプリに存在しないが重要なので新たに作る

STEP1：売れる行動の見える化

③不足部分についてはインタビューなどを実施し、コンテンツを作成、貴社独自のオリジナルコースとしてまとめます。

オリジナルコンテンツの例



オリジナル
講義動画・スライド



講義動画・
見本動画



見本（お手本）

- ・ 営業場面の動画
- ・ 提案書などのドキュメント



独自の営業プロセス



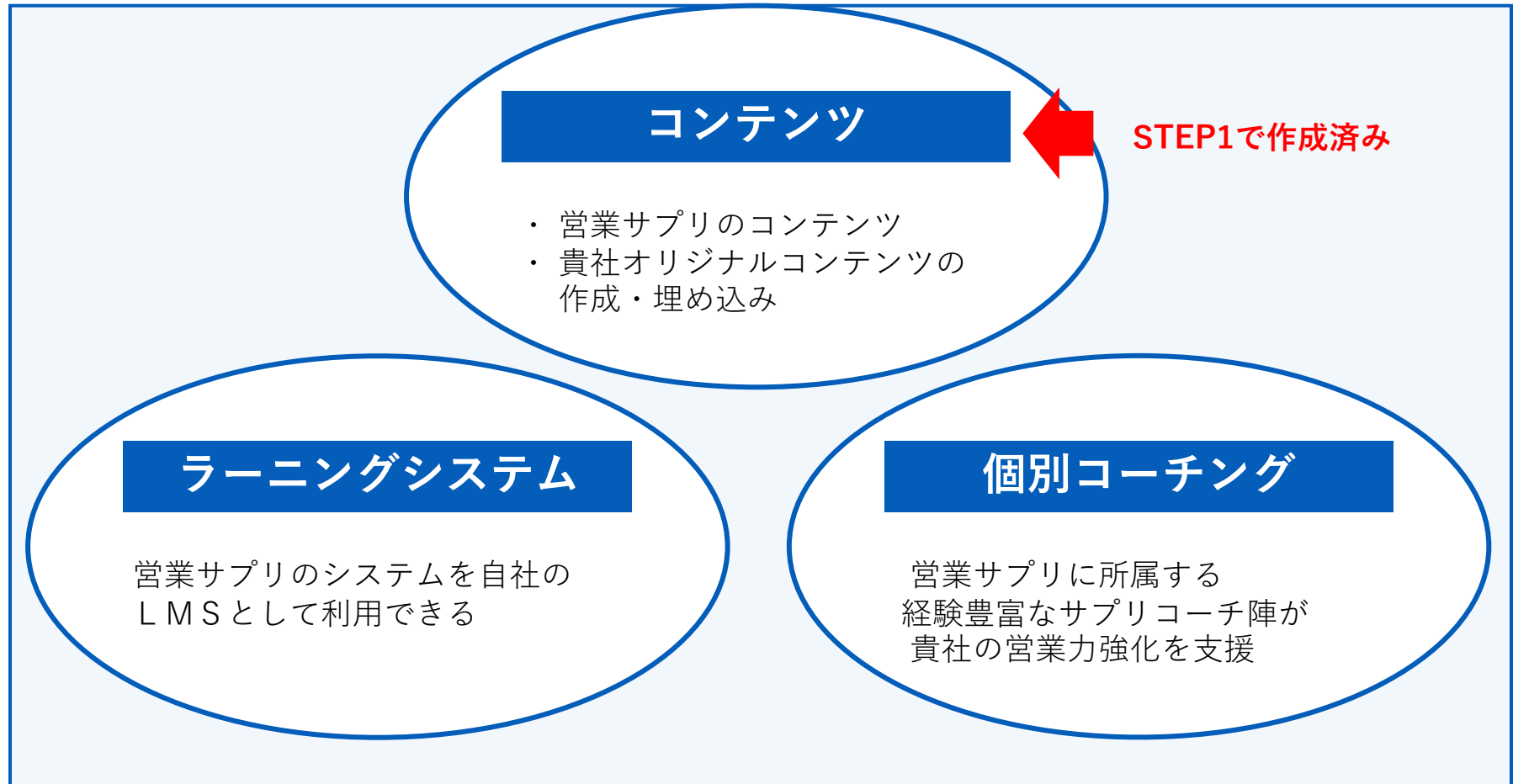
オリジナルテキストや
トーク集

テキスト・
スライド

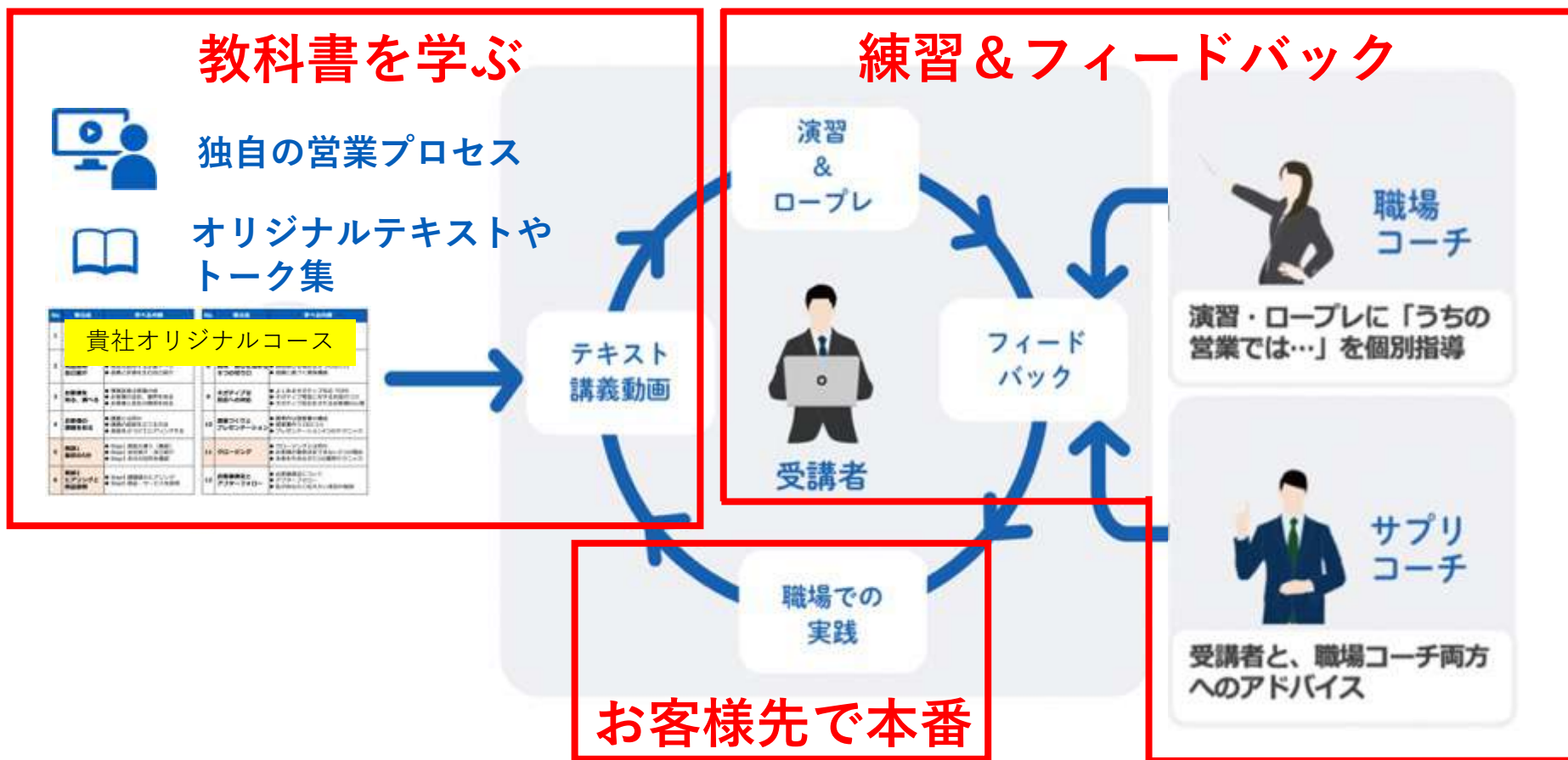
演習



型を定着させるためには、コンテンツだけでなく、学習のしくみとコーチングが重要です。サプリのシステムとコーチ陣で定着に向けた教育を実施します。

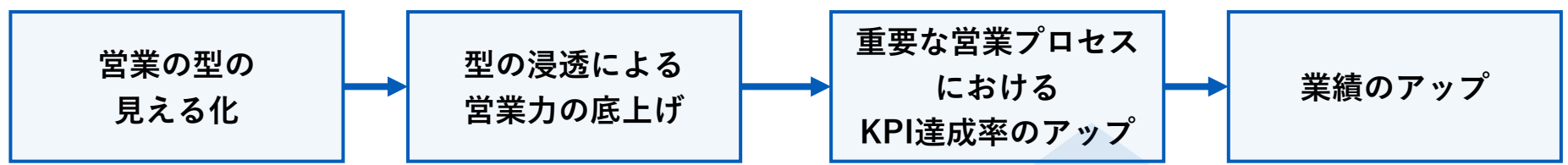


営業の型を定着させるために、貴社の中堅の方々にも「職場コーチ」としてご参加いただき、営業サプリー上でOJTを実施いただきます。これにより、共通言語化や、営業組織における育成の文化・風土の醸成といった副次的効果も見込めます。

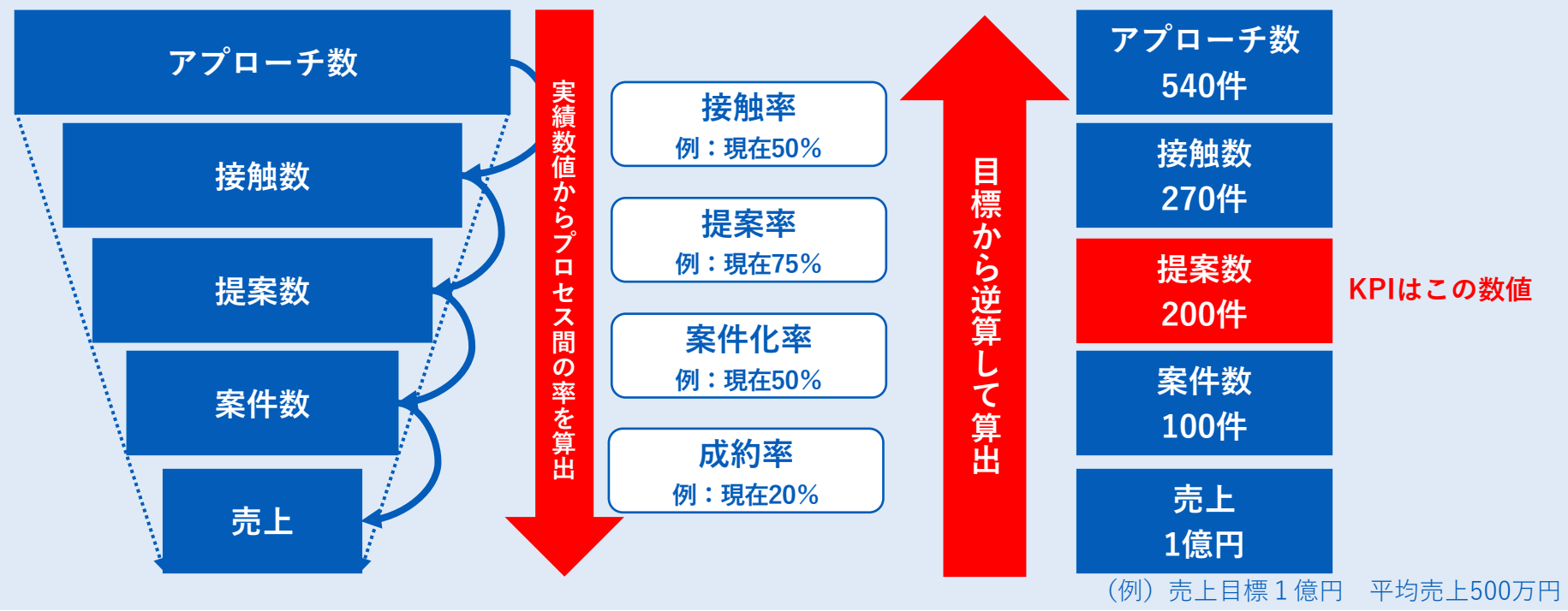


STEP5：やりきらせる

具体的な行動で結果を変えていくために、重要な営業プロセスの特定などをマネジメントの方と共に考えます。



KPI（重要業績評価指標）の考え方例：提案数が重要な営業プロセスであれば…



マネジメント力・育成力を高めるためのプログラムや、営業の型定着のための営業コンテストの実施支援などもご用意しております。

OJTトレーナー養成プログラム

「部下育成スキルアップコース」の提供

番号	名称	学習内容
1	部下を観る	部下を育成する時の視点・考え方
2	部下を育てる3つのスタイル	部下育成の3つのスタイルと活用方法
3	教えるスキル	教えるスキルの4つの基本ステップ
4	経験させるスキル	経験させるスキルの4つの基本ステップ
5	考えさせるとは？	コミュニケーションの違い
6	聴くスキル	聴くスキルの活用方法と実践例
7	問いかけるスキル	相手に考えさせる問いかけ6種類
8	フィードバックするスキル	2種類のフィードバック
9	経験学習を深める型	部下の行動を促進したい時の声かけ例
10	問題を解決する型	中長期目標を設定する時の声かけ例
11	育成計画・育成面談	育成計画の立て方と育成面談の実践方法
12	部下育成5つの心得	部下育成を進めるための5つの心得

営業コンテスト実施の支援（例）

- **レポートコンテスト（営業ストーリー）**
 - ・ 自分が成し遂げた営業プロセスをストーリーとしてレポートしプレゼンテーションする。
 - ・ 望ましい営業プロセスを最も高度に実践した作品を表彰する。
- **実践記録コンテスト（商談場面）**
 - ・ 自分の営業場면을録音・録画し、出品する。
 - ・ 優秀作品は新たなお手本として、教材に追加する。
- **ロールプレイコンテスト**
 - ・ 強化したい営業場面を設定し、営業ロールプレイを行なう。
 - ・ コンテストにせずロープレ大会でも十分な効果がある。

マネジメント力・育成力を高めるためのプログラムや、営業の型定着のための営業コンテストの実施支援などもご用意しております。

マネージャー養成プログラム

「営業マネジメントコース」の提供

番号	名称	学習内容
1	基本的なマネジメント活動の流れ	<ul style="list-style-type: none"> ・マネジメントの定義 ・営業マネージャーのミッションと役割 ・基本的なマネジメント活動の流れ
2	営業資源分析のやり方	<ul style="list-style-type: none"> ・資源①顧客の分析 ・資源②提供価値の分析 ・資源③メンバー・組織の分析 ・資源④営業マネージャー自身の分析
3	営業戦略と営業戦術の立て方	<ul style="list-style-type: none"> ・営業戦略の立て方 ・環境分析のやり方 ・ターゲット決定のやり方 ・商品・サービス決定のやり方 ・営業戦術の立て方
4	営業プロセスマネジメントのポイントと手順	<ul style="list-style-type: none"> ・プロセスマネジメントとは ・営業プロセスマネジメントを行う際のポイント ・営業プロセスマネジメントの手順
5	<u>「目標」によるマネジメント</u>	<ul style="list-style-type: none"> ・「目標」によるマネジメントとは ・「目標」によるマネジメントの成功させるための要件 ・「目標」によるマネジメントの流れ ・メンバーの活動内容への修正アドバイスの方法

番号	名称	学習内容
6	目標達成と組織強化を実現する会議の実施方法	<ul style="list-style-type: none"> ・営業会議とは ・営業会議の3つの目的 ・営業会議での営業マネージャーの4つの役割 ・営業会議での営業マネージャーの4つのスキル ・営業会議でのマネージャーの5か条
7	個別指導面談	<ul style="list-style-type: none"> ・個別指導面談の目的 ・メンバー育成の大前提 ・個別指導面談のポイント ・個別指導面談 3つのプロセス
8	営業同行コーチング	<ul style="list-style-type: none"> ・営業同行の目的 ・営業同行の進め方 ・営業同行時の上司のスタンス
9	強い組織をつくる	<ul style="list-style-type: none"> ・強い営業組織とは ・新たなことに挑戦するために必要な4つのポイント ・贈る言葉
10	半年後の自身の姿を描く	<ul style="list-style-type: none"> ・マネージャーとしての心得 (from ハロルド・ジェニン)

ご不明点・お打ち合わせはお気軽にお問い合わせください。
ぜひお申し込みください。

お問い合わせ



<https://www.sapuri.co.jp/contact/contact>

ご不明点やお打ち合わせのご希望はこちらからお
気軽にお問い合わせください。

営業サプリと他の研修方式との比較表など、ご検
討の参考になる資料もご用意しております。

[こちら](#)から直接オンラインミーティングのご予約も可能です。