

人材開発 流通ビジネススクール

流通ビジネススクール

個別企業向け研修

過去の講座

ダイレクトメールのご登録

お問い合わせ

流通ビジネススクール
総合案内 (PDF)

▲ [流通ビジネススクールへ戻る](#)

流通ビジネススクール2017

提案型営業力育成講座 (2017年4月)

<2017年4月21日(金)開催>

「講義」と「グループ演習」を通じて
MD提案資料の品質向上と
業務効率化のノウハウを習得する1日講座

講座開催のねらい

- バイヤーに伝わるMD提案資料作成について体系的に学ぶ
- 売場の改善余地を発見するために必要なPOSデータ分析の定石を学ぶ
- 限られた時間で提案資料を作成するための業務効率化のポイントを学ぶ

受講対象者

消費財メーカー・卸売業の営業担当者、営業企画スタッフ、営業サポートスタッフなど
※過去の同講座では、食品、日用品、医薬品、書籍など、様々な業界の方(メーカー・卸売業)に受講いただいています。

次のような方におすすめしています

- ・商品の売れ込みが終了した商品から、小売業やお客様の立場に立った提案に脱却したい方
- ・POSデータ分析により売場課題を明らかにし、改善提案に結びつける力を身につけたい方
- ・大量のデータ分析結果を短時間で効率的に読み込み、売場課題を把握したい方
- ・新たに営業企画や提案資料作成、POSデータ分析に従事することになった方
- ・提案型営業の一連の業務フローを体系的に学びたい、学び直したいとお考えの方
- ・提案資料作成の社内フォーマット作り、社内普及をお考えの方
- ・バイヤーに受け入れられるだけでなく、お客様のニーズに対応した提案をしたい方

本講座のポイント

- ◆提案型営業力アップのために必要な事項のエッセンスを1日で学ぶことができます
- ◆提案資料作成に必要なノウハウやポイントも、業務の流れに沿って学ぶことができます
- ◆グループ演習では講義内容を踏まえて、資料作成と複数提案を行うことで、実践力を養えます
- ◆ディスカッションを通じて、様々な業界の参加者の視点に触れることで、学びの機会が得られます

開催日	2017年4月21日(金)
時間	9:00~18:00
会場	公益財団法人流通経済研究所 会議室 (東京都千代田区九段南4-8-21 山崎ビル)
受講料	1名につき50,000円+税(税込 54,000円) ※受講者に持参していただくもの:名刺、筆記用具、電卓 ※昼食はご用意します。 ※請求書は、お申し込み書受領後順次発行いたします。
定員	20名(定員になり次第募集終了とさせていただきます)

4月21日開催のお申し込みは終了いたしました。
多数のご参加ありがとうございました。
次回は7月21日に開催いたします

「提案型営業力育成講座」の概要

協働MDを志向する小売企業が増加する中、メーカー・卸売業の営業担当者や営業サポートスタッフなどは、限られた時間の中でMD提案資料の作成を行う必要が生じています。本講座では、提案型営業を行う上で必要不可欠な、POSデータの分析、売場課題の確認と改善余地の発見、MD提案のストーリー作成などを効率的に行うためのノウハウを学び、バイヤーに伝わる提案資料を作成する力を育成することを目的としています。

本講座の特徴

本講座は、提案型営業に関する知識やノウハウを学んでいただく「講義」と、講義で学んだ内容を生かして提案資料を作成していただく「グループ演習」で構成されています。また、各グループには模擬提案を行っていただきます。提案を受ける他グループのバイヤーの立場で、データ分析結果の解釈の妥当性や内容が伝わるかどうか、提案ストーリーがわかりやすいといった観点から、評価していただきます。提案内容について意見交換を行い、様々な意見に触れていただくことで、ノウハウの定着を図ります。

本講座では提案型営業力を育成し、直面している課題を解消します

直面している課題(例)	本講座で習得する内容
POSデータ分析の作業負担が大きい	POSデータを分析する上で、特に重要な指標について学びます。 日々の業務の中で繰り返し行う分析業務を効率化するための考え方を学びます。
分析結果の読み込み・解釈に時間がかかってしまう	限られた時間の中で分析結果から必要な情報を読み取るためのデータの見方の定石を学びます。 分析結果から現状の売場の課題点を見つけ、改善余地(チャンス)を発見するコツを学びます。
バイヤーに伝わる提案資料作成が苦手と感じている	実現したい企画内容を端的に伝えるために必要な、提案ストーリー作成のコツを学びます。 分析結果をバイヤーに伝わる情報にするために効果的なグラフ表現などを学びます。
得意先企業の嗜好や最新動向を踏まえた提案資料作成ができていない	得意先企業の決算短信から詳細にかかわるキーワードを読み取る上でポイントを学びます。 得意先企業の最新動向を把握することの意義と情報取得におけるポイントを学びます。

過去の講座受講者の声

◆講義について

- ・ビジネスシーンなら本講座は是非受講すべきだと思います (菓子メーカー・営業本部)
- ・「散布図グラフが「価格弾力性」に関する解説が非常に有意義でした。(菓子メーカー・営業企画)
- ・エクセルでのグラフ作成の方法を早速取り入れたいと思います(調味料メーカー・広域営業)
- ・マーケティンググラフの為に体系的に説明いただき、理解が深まりました。(日用品メーカー・営業)
- ・資料作成時の、事実と考察の表現の仕方を学ぶことができ、良かったです (医薬品メーカー・営業企画)
- ・新しい風向きが知り難くなった。社内の他メンバーにフィードバックしたい(飲料メーカー・営業企画)

◆グループ演習について

- ・ゴール(成果)をイメージしながら分析を行うことが、いかに大事かが大変よく理解できました。講師の知見の深さについても参加して良かったと考えるポイントです (菓子メーカー・営業本部)
- ・意見を出し合いながらの発表と、他のグループの発表に刺激を受けました (調味料メーカー・広域営業)
- ・課題抽出→仮説出し→提案までを体系的に学べたことが良かったです (食品メーカー・営業企画)
- ・演習時に細かく指摘をいただいたので大変勉強になりました (食品卸売業・営業企画)
- ・今までなんとなく分析していましたが、参加者同士で考えながらできたのが良かったです (菓子メーカー・営業企画)
- ・ターゲット顧客を意識し、「POSデータ以外の情報」も利用した商品ストーリーは、聞きやすく、納得しやすいと思いました(酒メーカー・営業)

講座プログラム

時間	講義内容
9:00~9:30	【1. オリエンテーション】
9:30~12:30	【2. 講義】 ※ミニ演習を交えながら進めます <ul style="list-style-type: none"> ・提案型営業の重要性 協働MDを理解する、POSデータに基づくMD提案の意義 ・得意先を知る 企業を知る(決算短信の読み方など)、バイヤーの業務・立場・課題を理解する、バイヤーが提案を求めていることを知る 売場を知る、店舗視察の意義 ・MD提案の定石 定番と新発の理解、52選販促計画作成の流れ、クロスMD提案 ・データ分析の考え方 カテゴリー診断の内容と手順、状況の分析と原因の分析(原因の分析の例:販促タイミングが適切か、価格設定に連動した商品か否かの判断など) ・分析の効率化 テンプレートを活用したPOSデータ分析の効率化 分析結果を読み込み手順の基本原則 ・提案ストーリーの作成と伝わる資料作成のコツ おとどころの重要性和ストーリー展開(伝わる例と伝わらない例)、事実と考察の表現方法、効果的なグラフの活用(散布図の有効活用など)
12:30~13:30	【昼食休憩】 弁当をご用意します
13:30~14:00	【3. グループ演習1(アイス)】
14:00~17:50	【4. グループ演習】 演習課題(ケース)に基づいた提案型営業のロールプレイを実施します <ul style="list-style-type: none"> ・提案資料作成 グループに分かれて、メーカーの立場で資料作成を行います 講義で学んだ内容を踏まえ、分析結果を限られた時間で読み込み、バイヤーに伝わる提案資料を作成します また、「POSデータ以外の情報」(政府統計や消費者調査)を活用することで、提案の説得力を増すことにも取り組んでいただきます。 ・複数提案(プレゼンテーション) グループごとに、作成した資料を用いて提案を行います 提案を受けるグループからは、バイヤーの立場で評価していただき、ディスカッションを行います。意見交換を通じて内容理解と定着を図ります ケース(1):食品メーカー・担当者の立場で提案 ケース(2):日用品メーカー・担当者の立場で提案
17:50~18:00	【5. 講座の総括】

※プログラムは都合により変更する場合がございます。あらかじめご了承ください。

講師

公益財団法人流通経済研究所 主任研究員

鈴木 雄高

(プロフィール)

東京理科大学大学院理工学研究科修了

市場調査会社を経て2009年より現職

2010年より、提案型営業力育成講座を担当

他、メーカー・卸売業の営業(マーン)向けの研修講師や、

小売業のマーチャントサイザー・バイヤー向けの研修講師を務める

<主な研究領域>

消費者の業態・店舗選択行動、デモカウントラスト業態研究、

ショップ内の店内行動(特に、高齢者・有職女性・男性などの購買行動)など

<主な著書・論文>

『インストア・マーチャントデザイン(第2版)』、日本経済新聞出版社 2016年(共著)

『FSPデータを用いた食品スーパーにおける男性顧客の購買行動分析』

『流通情報』、2010年9月(No.488)

『食品スーパーにおける高齢層者の購買の計画性』

『流通情報』2011年1月(No.488)

お申し込み方法

4月21日開催のお申し込みは終了いたしました。

多数のご参加ありがとうございました。

次回は7月21日に開催いたします

お問い合わせ

公益財団法人流通経済研究所 担当:東(あづま)、鈴木
TEL:03-5213-4592 FAX:03-5276-5457

▲ [流通ビジネススクールへ戻る](#)