

元DELLインサイトセールスマネージャーが伝授！

「内勤営業×外勤営業」の新・営業体制

～常識を覆す！見込み客育成・案件発掘の効率UPを実現する体制づくり～

- 開催日 2014年9月4日(木)
(時間:13:00~17:00)
- 会場 マーケティング研究協会セミナールーム
- 講師 株式会社リアルコネクト 代表取締役
小倉 正嗣
- 受講料 41,000円(税込)
- セミナーNo. 0112115

セミナー概要

プロモーションで顧客からの認知を得て、見込顧客を育成して案件を発掘しクロージングを行うという法人営業・マーケティングのプロセスが、クラウド・ビッグデータの時代になり多様化してきました。特に、見込顧客の育成と案件の発掘に欠かせないのが、**インサイドセールス(内勤営業部隊)**の構築です。法人顧客のリード獲得から顧客の育成・クロージングまでを、インサイドセールスを中心に、マーケティング担当者・外勤営業の『セールスマックス』で成功させるノウハウを元DELLのインサイドセールスマネージャー・セールストレーニングマネージャーがお伝えます。

講師プロフィール



小倉 正嗣
株式会社リアルコネクト
代表取締役
中小企業診断士
経営管理修士(MBA)

国立大学卒業後、株式会社サンゲツを経てデル株式会社に入社。法人営業本部のインサイドセールスとして幾多のトップセールスを記録した後、インサイドセールスマネージャーとしてチームのマネジメントにあたる。またインサイドセールスのトレーニング担当マネージャーとして後進の指導も行う。

アスクル株式会社に入社後は、複数の新規ビジネスの立ち上げプロジェクトリーダーとして活躍。主に顧客・アライアンスパートナーとの折衝とマーケティング・ビジネスモデルのプランニングを担当し、その実績は各種新聞・雑誌等で多数紹介されている。2013年に独立。現在は経営コンサルタントとして、営業組織改革・B2B事業開発の支援を中心に法人企業への経営支援を積極的に行っている。数多くの現場経験に裏打ちされた実践的で明快、聞き手を飽きさせない講義には定評がある。

【こんな課題をお持ちの営業部門長、営業企画・推進部門長にお勧め】

- ・効率的に案件発掘を行う仕組みを構築したい
- ・見込み客育成を組織的に行う体制を構築したい
- ・内勤スタッフを外勤並みに戦力化したい

プログラム概要

1. 見込顧客と案件の発掘

- 1) ファーストコンタクトから見込顧客化・案件の発掘のプロセスを整理する
- 2) コールセンターとインサイドセールスの違いとは？
- 3) インサイドセールスを中心とした「セールスマックス」の効果と有効性
- 4) ビッグデータを営業現場で扱うのに必要な条件とは？

2. 見込顧客と案件の発掘の設計

- 1) マーケティング部隊、インサイドセールス、外勤営業の業務プロセスの設計
- 2) 職務・役割分担をどうするか？
- 3) インサイドセールスマネージャーの重要性と権限・業務の設計法
- 4) 顧客の情報をここまで揃えなければならない！

3. 効果的なインサイドセールスの育成と活用法

- 1) 見えない中で仮説を立てる
- 2) 仮説思考型の営業活動
- 3) 外勤営業・インサイドセールスに必要なリテラシー
- 4) インサイドセールスの育成方法とマネジメントの注意点

4. KPI・アクションプランの作り方

- 1) 外勤営業と連動させたKPIの作り方
- 2) 適切なアクションプランとモチベーションコントロール
- 3) 必要なコンピテンシーをどのように定義すべきか？

郵便往復はがき

返信

No.0112115

開催日:2014年9月4日(木) 13:00~17:00

料金受取人払郵便

1 6 2 - 8 7 9 0

半込局承認

9238

差出有効期間
平成26年9月
30日まで

<受取人>

東京都新宿区新小川町6-29

アクロポリス東京9階

マーケティング研究協会

セミナー事務局 行



セミナー概要

プロモーションで顧客からの認知を得て、見込顧客を育成して案件を発掘しクロージングを行うという法人営業・マーケティングのプロセスが、クラウド・ビッグデータの時代になり多様化してきました。特に、見込顧客の育成と案件の発掘に欠かせないのが、**インサイドセールス(内勤営業部隊)**の構築です。法人顧客のリード獲得から顧客の育成・クロージングまでを、インサイドセールスを中心に、マーケティング担当者・外勤営業の『セールスマックス』で効率的に実施するノウハウをお伝えします。

講師プロフィール 小倉 正嗣

株式会社リアルコネクト 代表取締役
(元DELLインサイドセールスマネージャー)



静岡大学を卒業後、株式会社サンゲツを経て、デルコンピュータに入社する。トップセールスとして数々の賞を受賞した後、営業マネージャーとしてダイレクトモデル経営に深く傾倒。その後、アスクルに新規事業開発のプロジェクトリーダーとして参画し、複数の新規事業を立ち上げ、その実績は新聞・雑誌に多く取り上げられる。2013年独立。企業の法人営業改革と新規事業開発を中心としたコンサルティングを行っており、結果に徹底的にこだわる現場主義の手法には高い信頼がある。

マーケティング研究協会では、インサイドセールスの体制構築コンサルティングをしております。お気軽にお問合せ下さい。

お問い合わせ先：コンサルティング・サービス部 中村まで

「内勤営業×外勤営業」 の新・営業体制

常識を覆す！見込み客育成・案件発掘の効率UPを実現する体制づくり

1. 見込顧客と案件の発掘

- 1) ファーストコンタクトから見込顧客化・案件の発掘のプロセスを整理する
- 2) コールセンターとインサイドセールスの違いとは？
- 3) インサイドセールスを中心とした「セールスマックス」の効果と有効性
- 4) ビッグデータを営業現場で扱うのに必要な条件とは？

2. 見込顧客と案件の発掘の設計

- 1) マーケティング部隊、インサイドセールス、外勤営業の業務プロセスの設計
- 2) 職務・役割分担をどうするか？
- 3) インサイドセールスマネージャーの重要性と権限・業務の設計法
- 4) 顧客の情報をここまで揃えなければならない！

3. 効果的なインサイドセールスの育成と活用法

- 1) 見えない中で仮説を立てる
- 2) 仮説思考型の営業活動
- 3) 外勤営業・インサイドセールスに必要なリテラシー
- 4) インサイドセールスの育成方法とマネジメントの注意点

4. KPI・アクションプランの作り方

- 1) 外勤営業と連動させたKPIの作り方
- 2) 適切なアクションプランとモチベーションコントロール
- 3) 必要なコンピテンシーをどのように定義すべきか？

<参加規定>

参加料…41,000円(税込)

- お申込書の受理と引換えに、受講証および会場案内地図、請求書を送付いたします。(セミナー開催日の前々日までにお手元に届かなかった場合、確認のお電話をお願いします)
- 参加料は本セミナー開催日までに銀行振込または現金にてお支払い下さい。
- ★ご都合が悪くなられた場合は、代理の方がご出席くださるよう、ご配慮の程お願い致します。参加の取り消しは、開催日前日(土・日・祝日を除く)の正午までにご連絡下さい。(それ以降の取り消しにつきましては、テキスト送付の上、参加料は全額ご負担頂きます。)