

案件創出力こそ営業の価値

製造業既存顧客担当営業向け 案件創出力強化プログラム ＜詳細版＞



ワクコンサルティング株式会社

2つの営業ステップと営業の付加価値

営業の活動は、大きく「案件創出ステップ」と「提案ステップ」に大別することができ、営業の最大の存在価値は、案件創出することにあります。

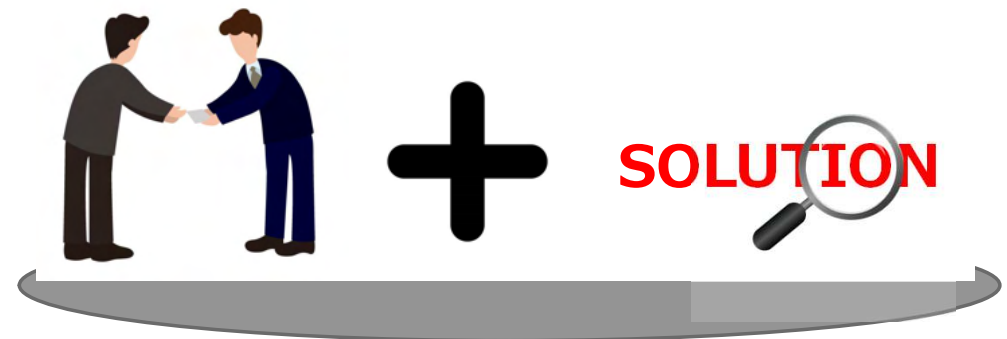
案件創出ステップ

- 営業の案件探索力
- 営業のキーマンリレーション構築力
- 営業の顧客思考・顧客指向



提案ステップ

- ソリューションそのものの価値
- 会社の組織力（サポート力）
- 営業のリレーション（信頼）



御用聞き型、ソリューション説明型営業から寄り添い型営業へ

顧客の立場から考える「寄り添い型営業」への変革が、案件創出力を強化するとワクは考えます。

お客様へのアプローチシナリオが描け、実行できている

- ・顧客にアプローチするシナリオが描ける
- ・顧客課題を把握する方法を知っている
- ・顧客と建設的な会話ができています

顧客の業務をよく知っている

- ・顧客の業務の構造（流れ）を整理する活動ができています
- ・顧客と業務に踏み込んだ会話ができています
- ・顧客の課題を業務と関連付けて活動ができています

顧客の組織をよく知っている

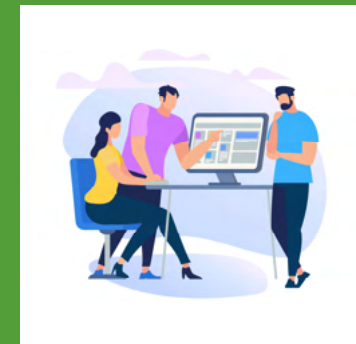
- ・組織ごとの役割を理解し整理することができています
- ・組織から課題のキーマンを探ることができています
- ・課題対応に向けた顧客の予算化プロセスを知っている

顧客視点からソリューション説明ができています

- ・自社ソリューションと顧客の業務を紐づけられ説明ができています
- ・自社ソリューション効果を顧客課題から説明ができています
- ・経営者にもわかるようにソリューションを説明ができています



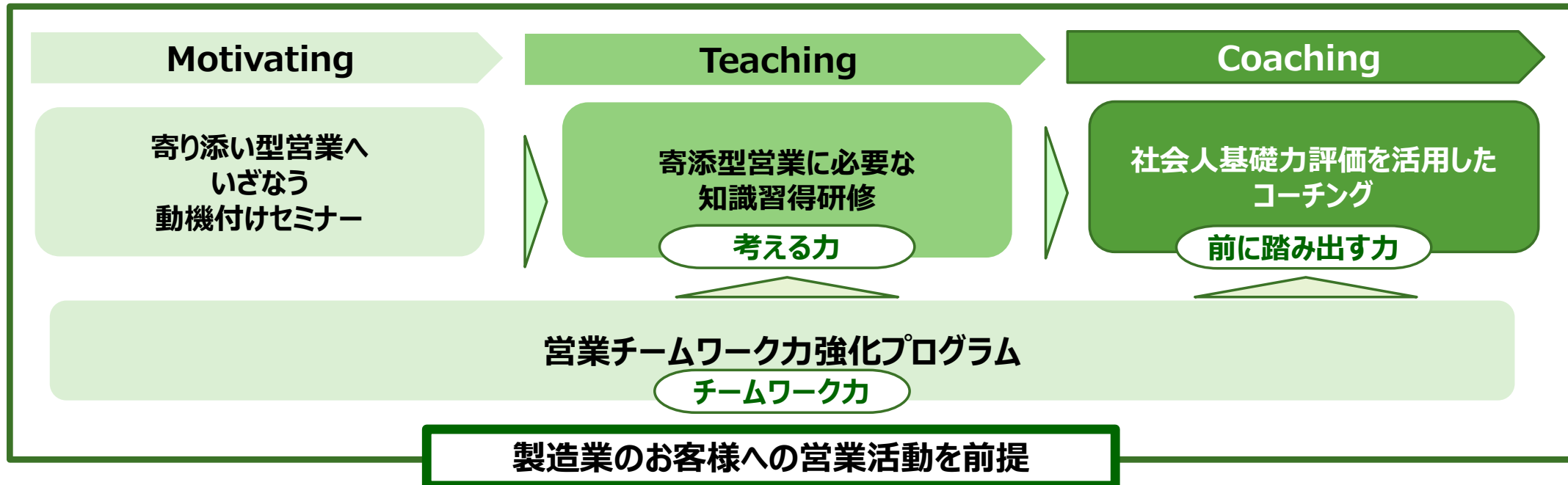
WAKUが
考える
寄り添い型
営業の姿



コンセプト、構成と概要

製造業顧客担当営業向け「案件創出力強化プログラム」のコンセプト

「寄り添い型営業」育成に向け、受講者の取得目的を明確にするために、多面的な視点から考慮されたプログラム構成でご提供いたします。

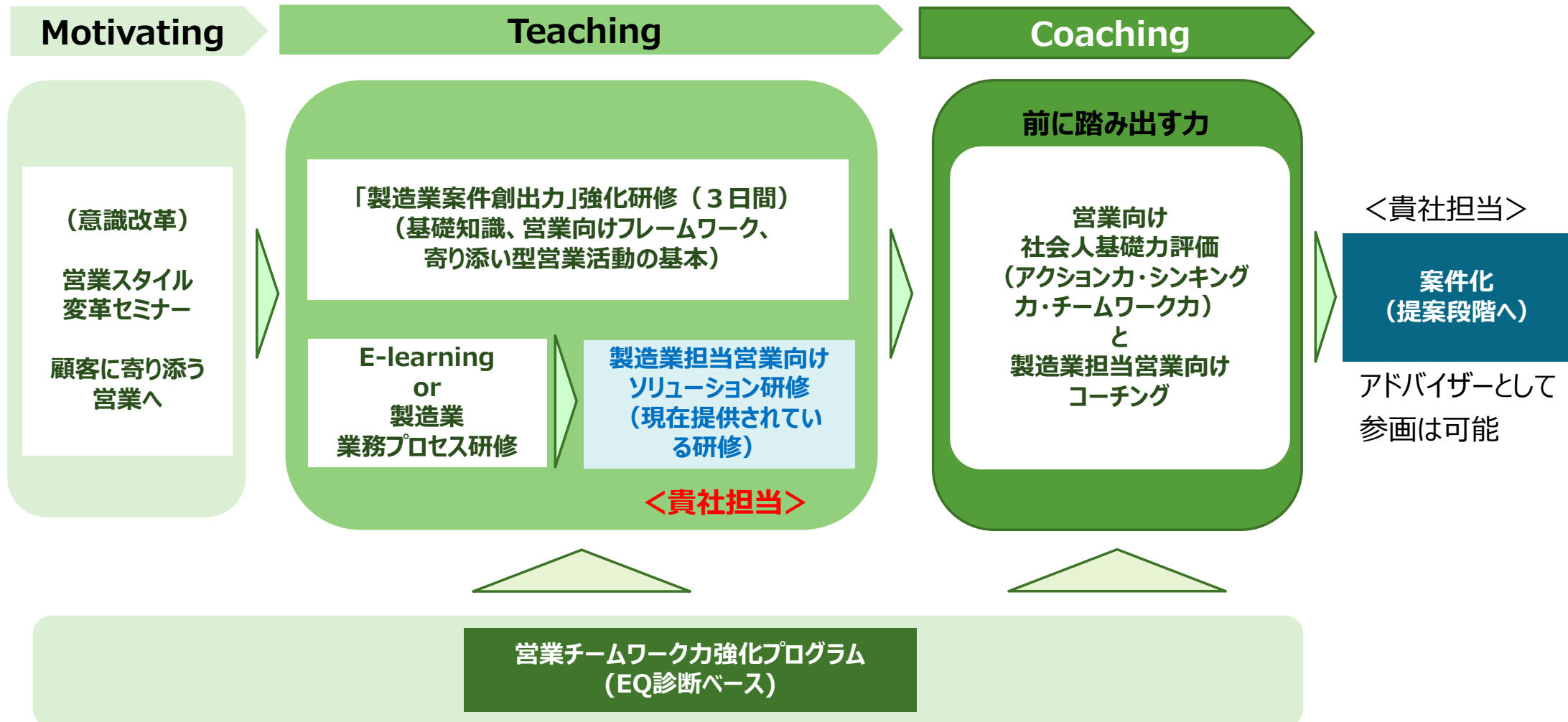


<<<特長>>>

- 「寄り添い型営業」育成に向け、一貫したご支援を提供致します。
- 動機付け、知識習得、コーチングを明確にステップ分けすることで、着実な育成が図れます。
- 一般的に言われている「営業力」を社会人基礎力の「前に踏み出す力」、「考える力」、「チームワーク力」の要素に分けることで、習得目的を明確にしています。
- セミナー及び各研修は、講師やコーチ、ケーススタディ、ワークショップでのテーマ等、全て製造業への営業活動を採用しています。

製造業顧客担当営業向け「案件創出力強化プログラム」の構成

「寄り添い型営業」育成し、案件創出力を強化するための、研修、コーチングを組み合わせたプログラムをご提供いたします。



各研修・サービスの概要①



研修・サービス名称	概要・特徴	期間	サービスタイプ	コンサルタント等
営業スタイル変革セミナー	ベテラン営業経験者を講師として、寄り添い型営業の行動スタイルへ行動変革が必要であることを理解し、意識改革を図ります	午後半日	研修	菅 赤岸
案件創出力強化研修	営業活動で必要となる組織・予算プロセス等の基礎知識、営業として活用できるフレームワーク、寄り添い型営業活動の基本を学びます	3日	研修	赤岸 菅
製造業業務プロセス研修 OR E-learning：製造業業務	顧客の理解、顧客との会話の大前提となる一般的な製造業の業務及び一般課題を学びます	2日 1ヵ月	研修 E-learning	新堀 (WAKU)
社会人基礎力評価と コーチング	社会人基礎力評価を行い指導方針を明確にしたうえで、実顧客への営業活動をコーチングスタイルにて指導を受け、寄り添い営業スタイルを身に付けます	7ヵ月～	アドバイザー	菅 赤岸

各研修・サービスの概要②

営業チーム力に課題があるとお考えの場合

研修・サービス名称	概要・特徴	期間	サービスタイプ	コンサルタント等
チームワーク力強化プログラム	営業チーム単位でEQアセスメントを行い、チームワーク力を高めるための自己改善・強化ポイントを明確にし、改善計画を立案します	1 週間	アセスメント＋研修	今野

現在のソリューション研修の見直しが必要とお考えの場合

研修・サービス名称	概要・特徴	期間	サービスタイプ	コンサルタント等
製造業担当営業向けソリューション研修のご支援	貴社保有の既存ソリューション研修に対して、顧客へソリューションを説明できる研修内容となっているかを評価し、改善点を助言します	1 週間	アドバイザリー	赤岸

営業スタイル変革セミナー ＜顧客に寄り添う営業へ＞

営業スタイル変革セミナー 概要

営業スタイル変革セミナーでは、「寄り添い型営業」の必要性を理解し、ワークショップによる自己評価を通じて、変革への動機付けを行います。



なぜ寄り添い型営業に
変わることが必要なのか？

寄り添い型
営業とは？

寄り添い型営業の
基本的な営業活動は？

顧客を知る

案件候補の
切出し

案件の
確定活動

案件の
最終化

提案への
合意

提案書作成
提案活動

- 営業スタイルの種類と変遷
- 顧客心理と営業心理
- やり手営業とダメ営業の分岐点
- 顧客の企画活動に入り込む価値等



Teaching & Workshop

- 寄り添い型営業の基本ステップ
- 自分のスタイルをセルフチェック

午後半日コース

営業スタイル変革セミナー 目的と概要

目的と概要

・顧客に寄り添う営業の重要性を理解し、自身の営業活動の改善点の気づきを得ることができます。

ソリューション営業が、基礎として必須となる営業マインド、考え方、必要な能力等スタイル（メンタル面）に関する面と営業の具体的な手順を学ぶことにより、

- ①今までの自身の営業活動を振り返り、改善点の気づきを得ることにより、自己変革の動機付けを得る。
- ②お客様の心理面も意識した会話の必要性を知り、円滑なコミュニケーションを図るための気づきを得る。
- ③顧客に寄り添う営業ステップの概観を知ることで、目指すべき営業の姿を知ることを目指します。

特徴

- 対話形式、ワークショップ形式による進行により、「自らを振り返る」時間を随所に設けています。
- 講師は営業・人材育成・コンサルティング経験の豊富な現役コンサルタントのため、実体験に基づく対話を可能としています。
- 寄り添い型営業としての考え方を理解するため、基本をしっかり説明します。

営業スタイル変革セミナー AGENDA



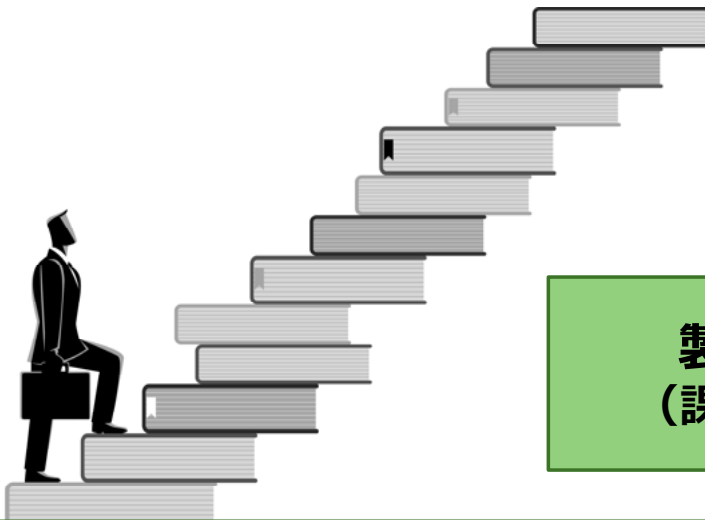
日	項目	時間割	所要時間	講師
午後半日	第1部：顧客に寄り添う「営業スタイル」 （ツーウェイのディスカッション形式） ● 営業スタイルの種類と変遷 ● 既存顧客の価値、顧客心理と営業心理 ● やり手営業とダメ営業の分岐点 ● 顧客の企画活動に入り込む価値 等	13:00～14:30	1時間30分	赤岸
	< 休憩 >	14:30～14:45	15分	
	第2部：顧客に寄り添う「営業活動」 【講義】 ● 営業活動で必須の基本ステップ ● 顧客の企画～導入までの流れの中での営業の関わり方 ● 案件創出で重要なこと：BANT 【ワークショップ】 （個人演習）営業活動の振り返り、改善点の気づき	14:45～17:15	2時間30分	菅
	クロージング（ディスカッション等）	17:15～17:45	30分	赤岸、菅

注）上記を基本としておりますが、ご要望等により調整させて頂くこともございます。

「案件創出力」強化研修

製造業顧客担当営業向け「案件創出力強化研修」 概要

「案件創出力強化研修」では、製造業のお客様を知る上で基礎となる知識、営業活動を行う際に役立つ製造業向けのフレームワーク、寄り添い営業の基本ステップを模擬演習を通じて、習得します。



寄り添い型営業の基本ステップと模擬演習
(模擬演習は製造業のお客様を想定)

製造業のお客様への営業活動に役立つフレームワーク
(課題VS業務、戦略－管理－実行、5 ForcesとSWOT 等)

製造業のお客様を知るための基礎知識
(予算プロセス、組織、企画構造と投資効果、仮説活用方法)

3日間コース

「案件創出力」強化研修 目的と概要

目的と概要

・案件を創り出し、提案につなげるために必要な知識、フレームワーク（考え方）、アプローチ（具体的な手順）を講義と演習を通して学ぶことで、営業力の強化を図ります。

顧客を知るための基礎知識、営業活動に役立つフレームワーク、寄り添う型営業の基本ステップを段階的に学ぶことにより、

- ①寄り添い型営業で必須のスキル、ノウハウを総合的、網羅的に体得する。
- ②具体的な演習を通じて、実践に役立つスキルを身に付ける。
- ③フレームワークを理解することにより、課題整理等におけるロジカルシンキング力を身に付けることを目的としています。

特徴

- ・演習をベースとした研修により、寄り添い型営業の基本ステップを体得できます。
- ・営業として顧客を知るための必須事項を演習を通じて体得することができます。
- ・営業活動で常に役立つフレームワークに絞り学ぶことで、日常的に論理的に考える力が身に付きます。

「案件創出力」強化研修 3日間の構成

顧客を知るための基礎知識

1. 顧客を知るための基礎知識
 - ・予算編成
 - ・企画の構造
 - ・投資効果の考え方
 - ・製造業の組織と主管部門の考え方
2. 営業としての仮説活用方法
 - ・仮説検証の基本
 - ・顧客組織情報収集活動での仮説活用
 - ・顧客の業務を知る活動での仮説活用
 - ・業務課題探索活動での仮説活用
3. 仮説の作り方（実習）
 - ・WEB情報から組織仮説を考える
 - ・WEB情報から顧客の業務を考える
 - ・WEB情報から業務課題を考える

営業活動に役立つフレームワーク

1. 経営課題から業務改革、システム企画までの基本手順
 - ・戦略－管理－統制－実行 サイクル
 - ・課題と業務体系の関係
 - ・解決策（ソリューション）の整理方法
 - ・BANT（予算、決裁権、必要性、導入時期）の重要性
2. 課題解決の基本
 - ・課題解決の進め方
 - ・活用するフレームワーク
 - 5 Forceモデル
 - SWOT分析
 - バリューチェーンモデル（業務体系）他
 - ・事例紹介・ディスカッション

寄り合い型営業の基本ステップ

1. 寄り合い型営業活動
 - ・寄り合い型営業活動5ステップ
2. 顧客を知る・案件候補の切出し
 - ・ヒヤリングに必要なコミュニケーションスキル
 - ・ヒヤリングの進め方
 - ・ヒヤリング（演習）
3. 案件の確定活動
 - ・案件の確定活動の進め方
 - ・課題・解決策の進め方・整理方法
 - ・課題分析・解決策検討（演習）
 - ・適用ソリューションの確認
4. 案件の最終化・提案への合意
 - ・効果期待の確認（演習）
 - ・BANTの最終化
 - ・経営課題との整合性確認
5. まとめ
 - ・研修内容整理、振り返り

「案件創出力」強化研修 AGENDA : 第1日



日	項目	時間割	所要時間	講師
1日目	オープニング（自己紹介等）	09:30 ~ 09:15	15分	赤岸
	1. 製造業の顧客を知るための基礎知識 （予算編成/企画の構造/投資効果の考え方/ 製造業の組織）	09:15 ~ 11:15	2時間	
	2. 営業活動での仮説活用法 （仮説検証とは/営業活動における仮説の活用法）	11:25 ~ 12:00	35分	
	（昼食）	12:00 ~ 13:00	1時間	
	3. 組織の想定の仕事（実習） web情報から組織を想定する	13:00 ~ 14:15	1時間15分	
	4. 顧客業務の想定の仕事（実習） web情報から業務を想定する	14:25 ~ 15:40	1時間15分	
	5. 業務課題の想定の仕事（実習） Web情報から業務課題を考える	15:50 ~ 17:15	1時間25分	
	クロージング	17:15 ~ 17:30	15分	

注）上記を基本としておりますが、ご要望等により調整させて頂くこともございます。

「案件創出力」強化研修 AGENDA : 第2日



日	項目	時間割	所要時間	講師
2日目	1. 経営課題から業務改革、システム企画までの基本手順	9:30~12:00	2時間30分	菅
	1) 戦略ー管理ー統制ー実行 サイクル	9:30~10:10	40分	
	2) 課題と業務体系の関係	10:10~10:30	20分	
	3) 解決策（ソリューション）の整理方法	10:30~11:20	50分	
	4) BANT（予算、決裁権、必要性、導入時期）の重要性	11:20~12:00	40分	
	< お昼休み（昼食） >	12:00~13:00	1時間	
	2. 課題解決の基本	13:00~17:00	4時間	
	2.1 課題解決の進め方	13:00~14:00	1時間	
	1) 活用するフレームワーク: ・5 Forceモデル、SWOT分析 ・バリューチェーンモデル（業務体系） ・その他フレームワーク紹介	14:00~15:30	1時間30分	
	2.2 事例紹介・ディスカッション	15:30~17:00	1時間30分	
	3. まとめ(研修内容整理、振り返り)	17:00~17:30	30分	

注) 上記を基本としておりますが、ご要望等により調整させて頂くこともございます。

「案件創出力」強化研修 AGENDA : 第3日

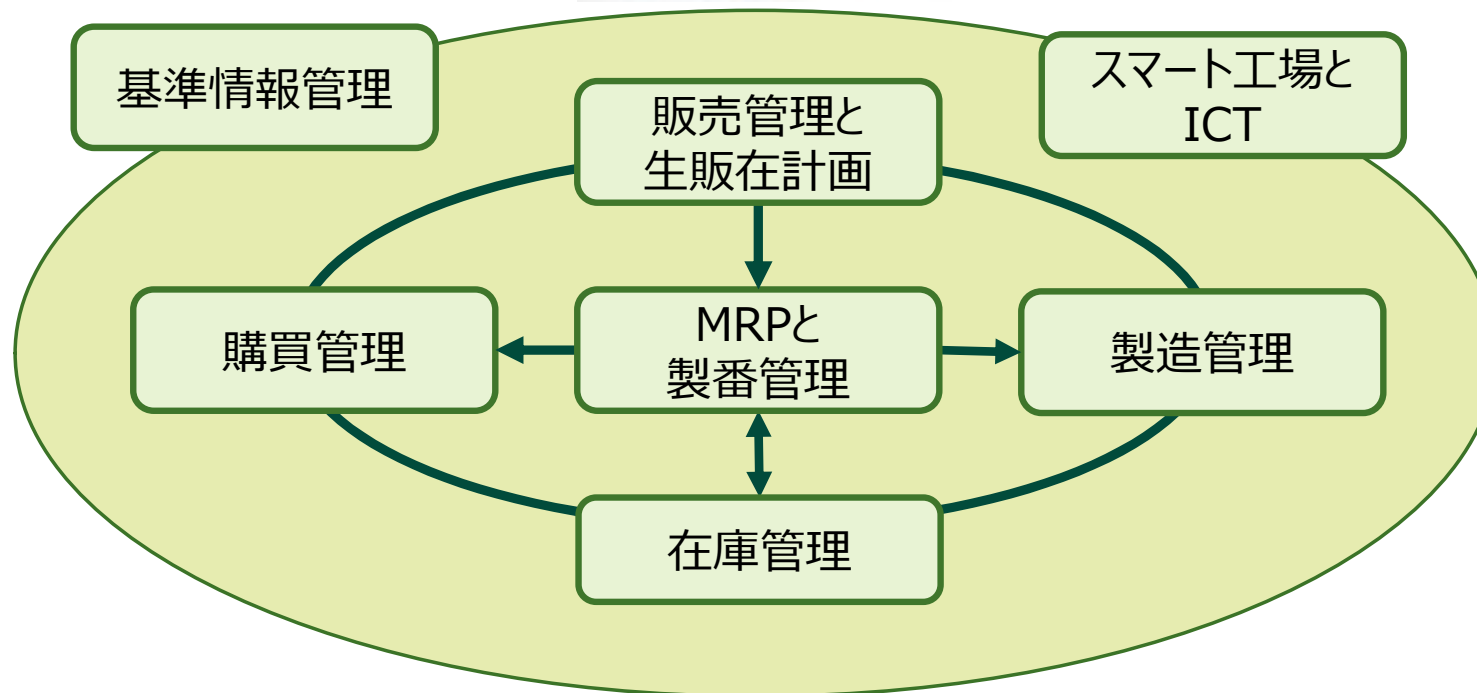
日	項目	時間割	所要時間	講師
3日目	1. 寄り沿い型営業活動（5ステップ）	9:30～10:30	1時間	菅
	2. 顧客を知る・案件候補の切出し	10:30～12:00	1時間30分	
	1) コミュニケーションの基本	10:30～10:50	20分	
	2) ヒヤリングの進め方	10:50～11:20	30分	
	3) ヒヤリング（演習）	11:20～12:00	40分	
	< お昼休み（昼食） >	12:00～13:00	1時間	
	3. 案件の確定活動	13:00～15:00	2時間	
	1) 案件の確定活動の進め方	13:00～13:20	20分	
	2) 課題・解決策の進め方・整理方法	13:20～13:40	20分	
	3) 課題分析・解決策検討（演習）	13:40～14:30	50分	
	4) 適用ソリューションの確認	14:30～15:00	30分	
	4. 案件の最終化・提案への合意	15:00～17:00	2時間	
	1) 効果期待の確認（演習）	15:00～15:50	50分	
	2) BANTの最終化	15:50～16:30	40分	
	3) 経営課題との整合性確認	16:30～17:00	30分	
	クロージング(研修内容整理、振り返り)	17:00～17:30	30分	

注) 上記を基本としておりますが、ご要望等により調整させて頂くこともございます。

E-learning or 製造業業務プロセス研修

製造業顧客担当営業向け「製造業業務プロセス研修」 概要

「営業向け製造業業務プロセス研修」では、顧客課題発掘の鍵となる一般的な製造業の業務プロセスを、営業として知っておくべき範囲・深さに絞って、実施いたします。



1日コース

目的と概要

製造業における実務経験の少ない営業が、製造業のお客様と対話し、お客様の話やその背景、ビジネス課題を理解したり、そこからビジネスチャンスや提案機会に結び付けていくことは難しいものです。そこで当コースでは、製造業の業務の全体像について、1日のダイジェストプログラムを通して学ぶことにより、下記のスキルを身に付けることを目的としています。

- ①お客様が専門用語を交えて説明される話が理解でき、円滑なコミュニケーションが図れる
- ②お客様の課題や要求を的確に把握できるようになる

対象及び受講条件

- IT企業・コンサルティング企業の営業担当で製造業の業務の基礎を学びたい方

受講者の 声

- お客様への提案活動を通じてまばらに持っていた情報がつながって理解できました。また具体的な体験談を教えていただいたので、お客様との会話にいかしたいと思います。ありがとうございました。
- ありがとうございました。 本日学んだ事を活かし、お客様の業務の中でIT化ができていない所、できていない所を意識して営業活動に取り組みます。
- 要点を分かりやすく説明いただけたので頭に入りやすかったです。強いて言うと各部門、企業で改善要求のある点を提示いただけると参考になった。
- これまで場当たりに吸収してきた製造業の業務内容が体系的に学べて非常に有効だった。事例が多く、頭に定着しやすい内容でした。
- BOMの部分などお客様と会話する必要がある部分ですので、分かりやすく説明いただけて良かったです。
- 不得意領域がBOMである事が判り、勉強しお客様と会話できるレベルになりたいです。

製造業担当営業向け製造業業務プロセス研修 スケジュール

日 付	講 義	講師	スケジュール	時 間
1日	オープニング	新堀	09 : 30～09 : 40	10分
	1 章. 製造業のモデル		09 : 40～10 : 20	40分 (10分休憩)
	2 章. 基準情報管理		10 : 30～11 : 10	40分 (10分休憩)
	3 章. 販売管理と生販在計画		11 : 20～12 : 00	40分 (10分休憩)
	4 章. MRPと製番管理		12 : 10～12 : 30	20分
	昼休		12 : 30～13 : 30	1時間
	4 章. MRPと製番管理(続き)		13 : 30～14 : 00	30分 (10分休憩)
	5 章. 購買管理		14 : 10～14 : 50	40分 (10分休憩)
	6 章. 製造管理		15 : 00～15 : 40	40分 (10分休憩)
	7 章. 在庫管理		15 : 50～16 : 30	40分 (10分休憩)
	8 章. スマート工場とICT		16 : 40～17 : 20	40分 (10分休憩)
	Q & A + クロージング		17 : 20～17 : 30	10分

eラーニング 製造業業務研修シリーズの全体構成

当シリーズは製造業業務を基幹業務単位に分割して14コース（英語版はコース1～12）の構成にしています。

各コースは多国語に対応  日本語版  英語版

■ 製造業業務概要コース E01

1. いろいろな製造業
2. 製造業の基本課題
3. いろいろな生産形態
4. 製造業の基幹業務

■ 開発・設計コース E02

1. 開発・設計の位置付け
2. 開発・設計業務
3. 開発・設計の上流工程
4. 開発・設計の目標と対応策
5. 対応策の内容と要件

■ 基準情報管理コース E03

1. 基準情報とは
2. 部品表 (BOM)
3. 品目マスター
4. 製造工程表と設備台帳
5. その他の基準情報

■ 生販在計画コース E04

1. 生販在計画の位置付け
2. 需要予測
3. 販売計画
4. 生販在計画 (PSI 計画)
5. 生産計画と基準生産計画
6. 生販在計画の機能

■ MRPと製番管理コース E05

1. MRPの位置付け
2. MRPとは
3. MRP利用の業務領域
4. MRPの主要項目
5. MRPの計算手順
6. MRPと製番管理

■ 購買管理コース E06

1. 購買管理の位置付け
2. 購買管理の役割
3. 購買活動
4. 購買活動を支える仕組み
5. 購買関連の課題
6. 購買管理の機能

■ 工程管理コース E07

1. 工程管理の概要
2. 製造指示と進捗管理
3. かんばん方式
4. 工程管理の機能

■ 品質管理コース E08

1. 品質管理の位置付け
2. 品質管理の基本
3. 品質保証
4. 品質改善活動
5. 国際標準化機構

■ 物流管理コース E09

1. 製造業における物流について
2. 物流企画・物流設計
3. 物流実務
4. 物流技術・包装設計業務
5. 物流システム開発

■ 在庫管理コース E10

1. 在庫管理の位置付け
2. 在庫管理とは
3. 在庫精度向上活動
4. 在庫目標の設定と削減活動
5. 在庫管理の機能

■ 原価管理コース E11

1. 原価管理の位置付け
2. 製造原価の基本
3. 原価管理
4. 原価計算
5. 原価計算の種類
6. 原価差異分析
7. 原価低減活動
8. 製造原価の応用例
9. 原価管理の機能

■ 製造業の情報システムコース E12

1. 製造業の情報システム
2. 発展の歴史
3. 製造業の固有システム
4. 製造業のIoTの動向と今後の方向

■ プロセス産業の特徴コース E13

1. プロセス産業の概要
2. プロセス型生産の特徴
3. 設備保全と情報システム

※日本語版のみ対応

■ 保守サービスと保守部品管理 コース E14

1. 保守サービスとは？
2. 保守部品管理の仕組み
3. 保守部品管理の課題と改善策
4. 保守サービスのあり方と改善策

※日本語版のみ対応



サプライチェーン（計画・調達・生産・販売物流）とエンジニアリングチェーン（開発設計業務）およびその接点である基準情報管理（品目マスター、BOM・配合表）、QCD（品質・コスト・納期）管理の全業務プロセスをカバーしています。

※各コースの最後には実力テストを用意しており80点を合格の目安としています。また特典としてテキストダウンロードが可能です。

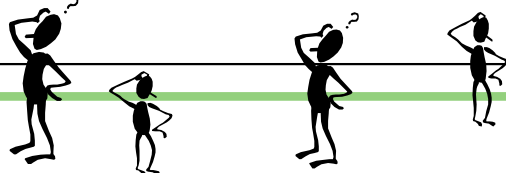
営業向けチームワーク強化プログラム (EQ診断ベース)

営業チームワーク強化プログラム 概要

「営業チームワーク強化プログラム」は、単に同じ営業部門に集まった状況を、各営業マンのEQアセスメントを適正化することで、真の営業チームにするためのプログラムです。

営業チームが抱える一般的な課題：

チームの**ムダ**、**ムリ**、**ムラ**が常態化している
ただ同じ組織に所属している状態



メンバーの個性

Aさん：一匹狼傾向だがチーム貢献大

Bさん：可能性を秘めているが問題も抱える

Cさん：一匹狼 自我自尊

Dさん：チーム意識が強いがチームに依存する傾向

管理者・リーダー

プレーヤー志向が強くチームへの意識が時折離れる

アセスメント1か月

ワークショップ1日、フォローアップ午後半日

営業組織がチームとして活動している

- ・チームの理想の姿・ゴールに全員が共感
- ・チームプロセスのムダ・ムリ・ムラがなく判断が速い
- ・チーム内の支援が行き届き、人が辞めない

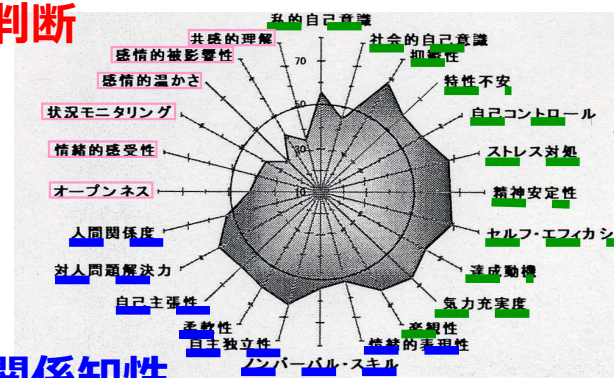


EQアセスメントにより チームへの意識を適正化、行動を変える

状況判断
知性

対人関係知性

心内知性



営業向けチームワーク強化プログラム 目的と概要

目的と概要

営業組織の“チーム力強化”を通して、チームで案件創出力を高める。

集団とチームとの違い、理想のチーム、集団化したチームの抱える課題の振り返りを通して

- ① 自身のチームへの意識を振り返り、自身の課題を設定する。
- ② チーム課題に気づき、チームの問題解決活動を推進、働きやすい職場をつくる。
- ③ 個人の成長のみならず、互いの行動変容をフィードバックし合い、チーム全体で成長する。

特徴

- ・ 講師はチームづくりを専門としたコンサルタント。事例を元に実践的なワークショップを展開。
- ・ 診断ツールを用いてチーム意識を客観的に測り、チーム意識の適正化に向けて行動計画を立てる。
- ・ アクティビティー・ワークを取り入れプログラムを進行、体感を通してチームのつくり方に気づく。
- ・ チーム意識を高めるために、チーム全員で自己変革のアクション・プランを共有。成長過程をチームで共有する。

営業チームワーク強化：プログラムの進め方

事前課題

約1ヵ月

アセスメントツール
への回答
チーム意識を測る
(EQ)

チーム課題の棚卸
個人課題（提出）

全員分を集約再配信
(全員共有)

ワークショップ（1日）

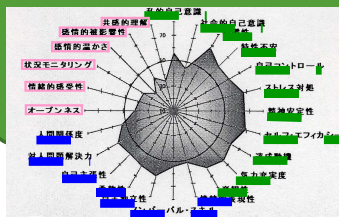
チームの
意識を振り返る

Goodチームへの
行動計画をつくる

1.5ヵ月

【レクチャー】

- ・EQの考え方
(IQとの違い)
- ・EQの目的
- ・EQの価値
- ・EQの読み方
- ・診断結果を元に
自己分析
(行動・影響)



【ワークショップ】

チーム意識を高める
EQ指標を理解する

体感型アクティビティ

チームへの意識を変える
行動変容
アクションプランづくり

- ・事後課題への取り組み
- ・全員で課題を共有

フォローアップ研修 (0.5日)

チームへの貢献行動
を振り返る

【振り返り】

何を
どうしたら
どうなった

意識を変える
行動の振り返り

チーム課題解決
アクションの振り返り

EQアセスメントの概要

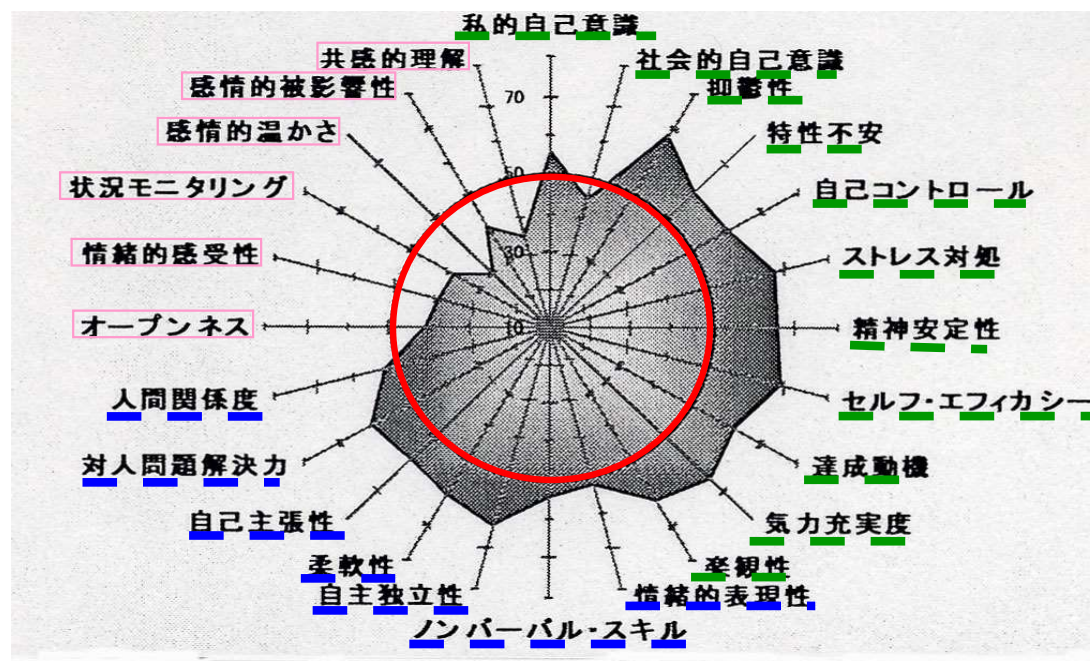
EQ診断結果を元に、チームへの意識を客観的に捉える

- ・心(=意識)と、行動は因果関係にある。
- ・260問の設問を通して、心(=意識)の状態を24要素、3領域に分類し分析。
 - 自身を 制御する 意識 緑
 - 周りに 働きかける 意識 青
 - 周りを 察知する 意識 赤
- ・高い=Good 低い=NG ではない。
 - 高すぎる=意識し過ぎる
 - 低すぎる=意識を抑えている
 - 高すぎる指標は抑え、低すぎる指標は高める。
- ・行動を変えることで、EQ=意識は変わる。
- ・全国平均（赤線）、隣席の方と比較するものではない。
- ・自身の職責を軸足に、心（=意識）をより良い状態に制御するために行動を変えことが EQの目的。

＜EQとは、心(=意識) の知能指数＞

状況判断知性：
= 周りを察知する意識

心内知性：
= 自身を制御する意識



対人関係知性：
= 周りへの働きかけ意識

「営業チームワーク強化プログラム」 アクションプランアウトプット(例)

		気になるEQ指標	自己分析	チームへの悪影響	アクション・プラン	フィードバックを受ける人	
課長	低い						
	高い						
係長	低い						
	高い						
主任	低い						
	高い						

活動事例

		気になるEQ指標	自己分析	新人への影響	新人への意識を変える	もらう人	確認
課長	低い指標	抑鬱性	失敗を恐れ、割り切った決断ができない	チャレンジできる業務を任せられない	チャレンジできる機会を与え、支援しながら任せる	係長	
		社会的自己意識	周囲の評価・期待を気にせず、組織的価値を低める	新人への期待を的確に伝えていない	新人への期待を明確にし、達成に向けて支援する	係長	
		特性不安	大人数へのプレゼンなどで緊張、初めての場面で構えすぎ	新人と打ち解けたコミュニケーションがとれない	毎日声掛け(相手を知る)	パディ	
係長	高い指標	自己主張性	事細かに指示する傾向	自ら考える機会を奪う	チャレンジの中で自ら考える機会を与える	パディ	
		気力充実度	辛いときでも明るく振舞おうとし過ぎ(ムリし過ぎ)	本当に伝えたい事を伝えきれない	ネガティブな状況も、正しく伝える(ムリして飾らない)	新人	
		人間関係度	相手の想いに踏み込み過ぎ	正しい率直関係を築けない	指摘すべき点は伝え、あらためる行動を支援する	新人	
パディ	低い指標	感情的温かさ	業務達成に、人の感情は不要と考えている	やりがい・達成感の優先度が低くなる	業務におけるやりがい・達成感の見出し方をチームで共有する	課長	
		感情的被影響性	周囲の感情に左右されず物事に接する・決定する傾向が高い	周囲の評価・期待を気にせずに行動し組織的価値を低める	課題を抽出した際には、チームで共有し各人の意見も盛り込み合意形成する	パディ	
パディ	高い指標	自己主張性	白黒はっきりさせてからでないと着手が鈍る	同様な接し方が身についてしまう	不明確な状況時、チームで共有し各人の意見も盛り込み合意形成する	課長	
		ノンバーバル	会話をする際、身振り手振り表情変化などを織り交ぜて表現し、がさ	同様な接し方が身につく(良い意味で)	毎日声掛け(会話をする)	新人	
パディ	低い指標	共感的理解	相手の本心まで聞こうとしていない	発言を控える、本心を隠すようになる	アクティブライスニングを使い、本心の引き出しを意識する	課長	
		私的自己意識	自分の本心を引き出そうとしていない	自分の話が少なくなり、打ち解けにくい	業務だけではなく日常的な会話も取り入れる	新人	
パディ							

「営業チームワーク強化プログラム」 ワークショップAGENDA



日	項目	進行形式	時間割	所要時間
1 日	オープニング（オリエンテーション アイスブレイク）	レクチャー	09:30 ～ 09:50	20分
	チームが求められる背景・メリットを考える	レクチャー/ワーク	09:50 ～ 10:30	40分
	チームとは何か 集団とチームの違いを知る	レクチャー	10:40 ～ 11:10	30分
	EQ診断結果を元に 意識の背景を振り返る ・ポジティブ / ネガティブ分析	レクチャー 個人ワーク	11:10 ～ 12:00	50分
	（昼食）		12:00 ～ 13:00	1時間
	EQ診断結果を元に 意識の背景を振り返る（続） ・チームへの意識を変えるアクション・プランをつくる	個人ワーク チーム共有	13:00 ～ 13:40	40分
	チームに必要な 軸・ルール をつくる： ・チーム軸 ： ビジョン ゴール バリュー ・チームルール： 問題解決 / 報連相	レクチャー 個人ワーク チーム共有	13:50 ～ 14:50	1時間
	アクティビティーに取り組みチーム状態を客観的に知る ： 成果・プロセスを振り返る	チーム アクティビティー	15:00 ～ 17:00	2時間
	クロージング （全体振り返り、セッション 2 への事後課題）	全体共有 レクチャー	17:00 ～ 17:30	30分

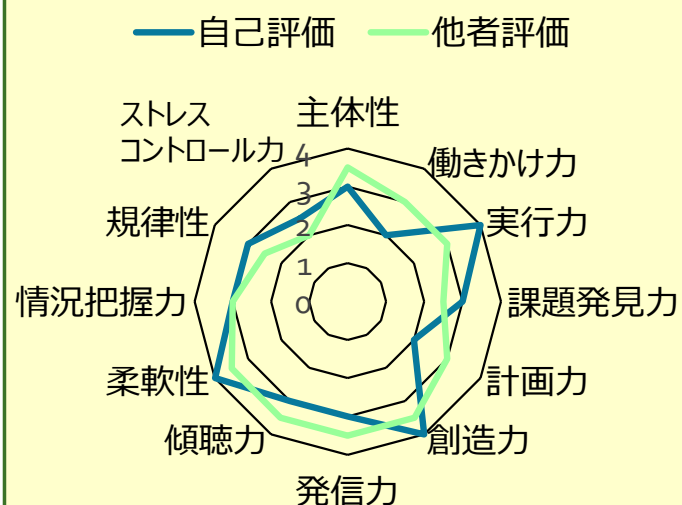
「営業チームワーク強化プログラム」 フォローアップAGENDA



日	項目	進行形式	時間割	所要時間
午後 半日	オープニング（オリエンテーション フォロー研修の目的）	レクチャー	13:00 ～ 13:20	20分
	事後課題を振り返る その① チームへの行動を振り返る	個人ワーク チーム共有 全体発表	13:20 ～ 14:40	1時間20分
	事後課題を振り返る その② チームの課題解決活動を振り返る	個人ワーク チーム共有 全体発表	14:50 ～ 16:10	1時間20分
	クロージング（全体振り返り）	全体共有	16:20 ～ 17:00	40分

営業向け社会人基礎力評価 と コーチング

基礎力評価



営業経験、製造業関連経験が豊富なコーチ

- ・営業実務経験、営業向けコンサルティング経験
- ・製造業コンサルティング経験
- ・ソリューション企業製造業担当部署に在籍

社会人基礎力ベースのアセスメント

- ・コーチング対象者の強み、弱みの把握
- ・各対象者の特性に合わせたコーチング方針

体系化されたコーチングポイント

- ・寄り添い型営業の基本ステップに基づく指導
- ・コーチング方針に基づく指導への配慮

アセスメント1ヵ月
コーチング期間：6ヵ月以上

顧客を知る

案件候補の
切出し

案件の
確定活動

案件の
最終化

提案への
合意

＜寄り添い型営業の基本ステップ＞



(ご参考) 営業力の基盤となる「社会人基礎力」

営業力は人間力の要素も強く、その能力領域として、経済産業省の提唱している「社会人基礎力」の体系を採用しています。それぞれの能力を平均以上に身に付けることが、営業活動の基盤となる営業基礎力を高めることに通じます。

前に踏み出す力（アクション）

～一歩前に踏み出し、失敗しても粘り強く取り組む力～



主体性

物事に進んで取り組む力

働きかけ力

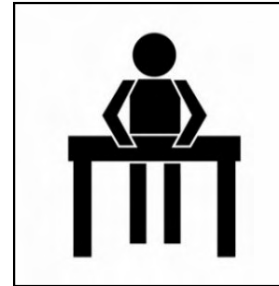
他人に働きかけ巻き込む力

実行力

目的を設定し確実に行動する力

考え抜く力（シンキング）

～疑問を持ち、考え抜く力～



課題発見力

現状を分析し目的や課題を明らかにする力

計画力

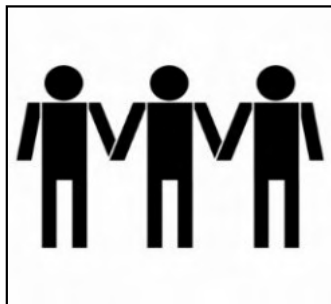
課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力

創造力

新しい価値を生み出す力

チームで働く力（チームワーク）

～多様な人々とともに、目標に向けて協力する力～



発信力

自分の意見をわかりやすく伝える力

傾聴力

相手の意見を丁寧に聴く力

柔軟性

意見の違いや立場の違いを理解する力

状況把握力

自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力

規律性

社会のルールや人との約束を守る力

ストレスコントロール力

ストレスの発生源に対応する力

経済産業政策局 産業人材政策室『人生100年時代の社会人基礎力』説明資料
経済産業省 <https://www.meti.go.jp/>

標準的なコーチング実施方法

<コーチング準備>

基礎力評価
(5週間)

コーチング対象
アプローチ企業の
選定

<コーチング実施> (6ヵ月~)

顧客を知る

案件候補の
切出し

案件の
確定活動

案件の
最終化

提案への
合意

顧客情報・
案件候補
情報の整理

不足点の充足
アプローチ実施

結果共有と
コーチング

顧客業務の
想定

不足点の充足
アプローチ実施

結果共有と
コーチング

業務課題の
想定

業務課題の
確定アプローチ実施

結果共有と
コーチング

ソリューション
想定

ソリューションの
確定アプローチ実施

結果共有と
コーチング

キーマン想定

キーマン探索
アプローチ実施

結果共有と
コーチング



社会人基礎力評価の特徴

【360度評価方式を採用】

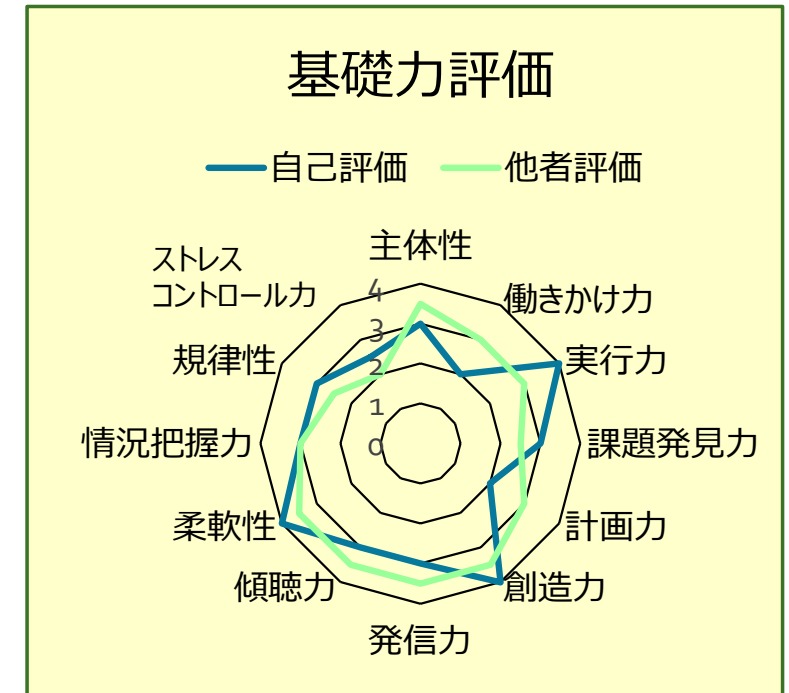
- ・日ごろ、接している方々による評価
- ・主観的評価を是正する複数人評価

【営業向けの社会人基礎力評価項目】

- ・社会人基礎力の考えを活かしつつ、具体的設問を営業向けに構成

【成長への活用と成長の評価】

- ・コーチング等、指導時に評価結果を活用
- ・一定期間後に同じ評価を行い、成長が見える化



評価依頼者
選定

評価説明会

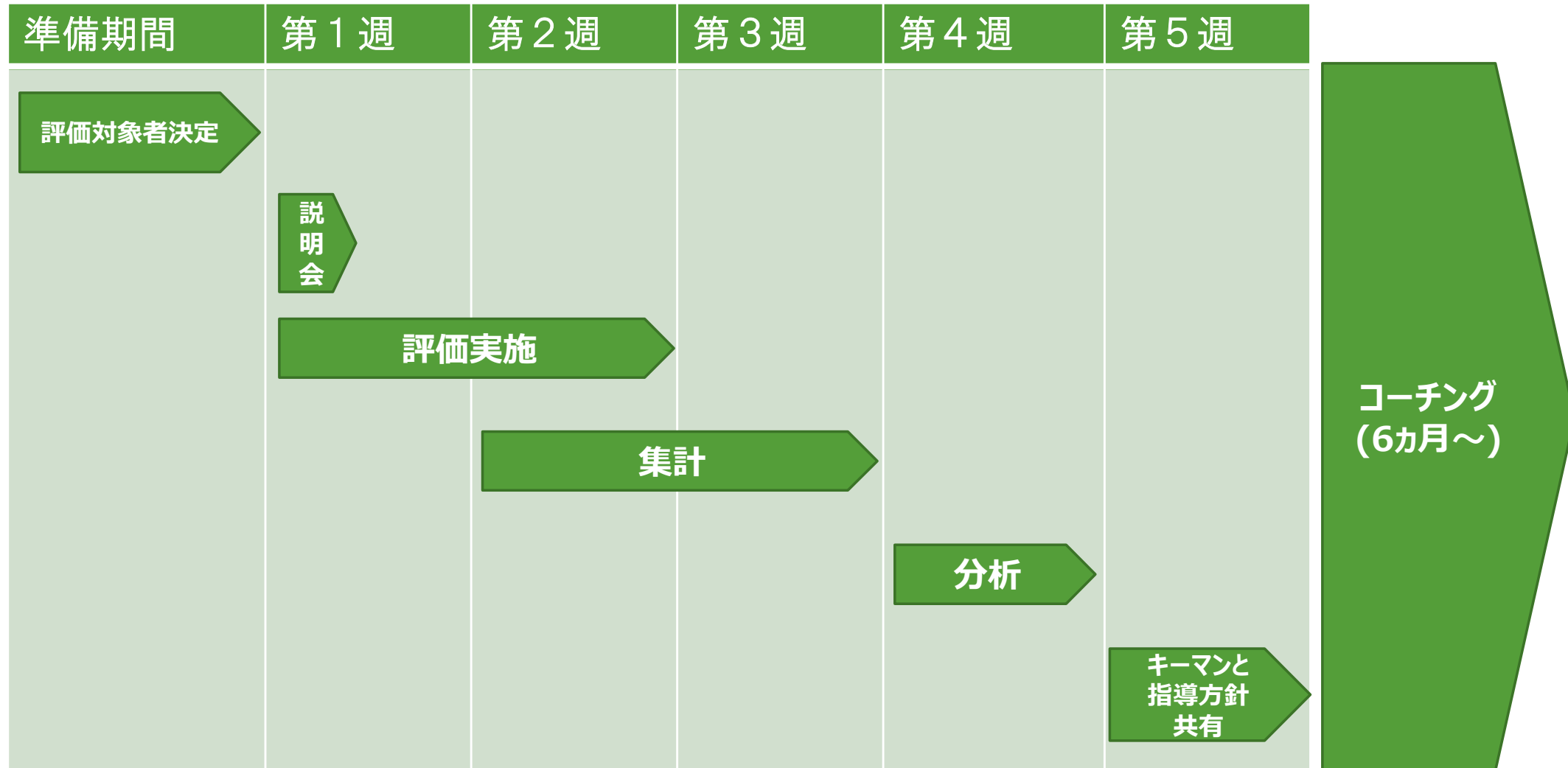
評価実施

回収・集計

総評と報告

コーチングへの
活用

基礎力評価の標準的な実施スケジュール



コーチングの標準的な進め方

1 コーチ（コンサルタント）が、6 名を担当し、6 ヶ月実施した場合

メンバー	グループ	1 月目				2 月目				3 月目				4 月目				5 月目				6 月目			
		①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④	①	②	③	④
Aさん	1	●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●	
Bさん	1	●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●	
Cさん	1	●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●	
Dさん	2		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●
Eさん	2		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●
Fさん	2		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●		●

コーチング期間：6 ヶ月

2 グループに分ける（各グループ3 名）

1 ヶ月の間に、各メンバーに対して、「One On One」にて2 回の指導を行う

コーチング日はグループ別に設定し、午前、午後①、午後②の3 セッションとする。

6 ヶ月の全コーチング日数：ひと月4 日×6 ヶ月＝24 日

プログラム実施の前提条件と主な準備事項

対象者

- 製造業担当ソリューション営業
- 既存顧客担当営業（顧客に1つ以上のコンタクトポイントを持っていること）

準備事項

- BANT項目を仮説で良いから埋めることができる案件を持った営業であること（精度が悪くても初動として動ける案件を持っている顧客を選定すること）



貴社既存営業向け
ソリューション研修改訂へのご支援

貴社既存営業向けソリューション研修改訂へのご支援内容

既存の貴社営業向けソリューション研修に対して、業務 VS 貴社ソリューションの位置づけを明確にし、顧客視点からのソリューション説明方法に対する研修内容への助言を行います。

＜貴社ソリューションのカバレッジ（例）＞

エンジニアリングチェーン

一般的業務	製品企画	開発	設計	試作	量産準備	生産	仕様変更
業務概要							
貴社ソリューション カバレッジ	関係づけができています						

サプライチェーン

一般的業務	需要予測	生産計画	調達	製造	検査	出荷配送	アフターサービス
業務概要							
貴社ソリューション カバレッジ	関係づけができています						

+

貴社ソリューション機能説明（営業向け）

担当コンサルタントのご紹介



赤岸 雅己（あかぎし まさみ）

ワクコンサルティング（株） 常務執行役員 エグゼクティブコンサルタント

担当範囲
・セミナー
・強化研修
・コーチ

上智大学 理工学部数学科卒業。バロース(株)にてコンピュータ 及びソリューションの営業経験を積む。日本 I B M(株)に入社後、営業企画推進部門にて、営業企画、及びお客様向け各種課題解決セッションの企画と実施、並びにセッションスキルトランスファ活動に従事。流通・サービス業を担当するコンサルティング事業を立ち上げ、業務系コンサルタント、業務改革プロジェクトリーダーとして活動。医薬品卸、公益企業、製造業など、幅広い業種の業務改革・改善プロジェクトを経験。また、プロジェクトマネージャ向け「コンサルティングプロセス」コースの企画と講師経験も有する。最近では、経営顧問として、受注設計生産製造業における進捗管理、品質管理を構想段階から定着までを指導。調剤薬局チェーンに対して、経営課題全般への提言・指導とともに、予算管理に関しては定着まで指導を行う。「受注設計生産製造業の業務プロセス」、「原価管理」、「品質管理」の研修講師を担当。

コンサルティング分野：

- ・経営管理の仕組み構築及び運用指導（予算管理、利益管理、業績管理、各種企画・施策管理、各部門管理等）
- ・法人向けICTソリューション営業力強化指導
- ・事業企画、マーケティング企画等各種企画段階への指導



菅 信嘉（すが のぶゆき）

ワクコンサルティング（株）ディレクターコンサルタント

担当範囲
・セミナー
・強化研修
・コーチ

■経歴

- ・メーカー系SI会社（日立カーエンジニアリング）にて、プログラマ、SEを経験後、アクセンチュアにてIT企画・システム開発方法論、分析技法の講師、システム全体最適化に向けた活動計画の策定、分析、計画書策定等のコンサルティングに従事。
- ・日本オラクルにて、ERP導入方法論の講師、ERP導入に向けた技術支援コンサルティング、自動車業界向けコンサルティングサービスに従事。その後、ソリューションの企画、作成、営業活動を担当し、新規顧客開拓、ソリューション販売、導入作業支援に従事。
- ・PMスキル向上のため、日立コンサルティングにて、公共系大規模プロジェクトを中心にプロジェクト管理、システム移行計画・実施作業などプロジェクトの最前線でより具体的な実務、PMOとしてプロジェクト支援、コンサルティング業務に従事。
- ・今までのソリューション営業活動、コンサルティング経験を活かし、各種研修・セミナー等の講師を実施中。

■主な担当研修

- ・ITコーディネータ（経済産業省推奨資格）取得用ケース研修（ITコーディネータ協会認定ケース研修インストラクター）
- ・ソリューション営業基礎研修、運用技術者向けのシステム提案研修、ビジネス・コミュニケーション研修
- ・新規ビジネス創出に有効な技法「ビジネス・モデル・キャンバス（BMC）」の基礎・活用研修、システム企画力・発想力強化研修
- ・システムエンジニア向け要件定義・提案作成研修、システム開発言語（Java）の基礎・開発演習研修、新入社員研修

■著書

- ・「ERP成功の方程式」（リックテレコム,1998/07)の第4章：「システム導入・開発手法」の執筆を担当。
- ・「中堅・中小企業のためのERP導入実践ガイド07-08」(日経BP社,2007/8)、第2章「どの業務領域にERPソフトを導入すべきか」、第3章：「導入時に必要なユーザ部門の作業とは」、「システムを現場に定着させるには」の執筆を担当。



新堀 克美（にいほり かつみ）

ワクコンサルティング（株） 常務執行役員 エグゼクティブコンサルタント
株式会社インダストリアル ソリューション アドバイズ アンド コンサルティング代表

担当範囲
・業務研修

東京都立大学 理工学部数学科卒業、日本アイ・ビー・エム（株）にて、工場情報システム部門において適用業務開発保守、ネットワーク・サーバー運用管理および情報システム企画を歴任、その後外販部隊において営業支援並びにSIのPMを行う。1996年よりHDD開発製造部門のCIOとしてAP-Northを統括する。2003年HDD部門の日立製作所への売却に伴いIBMを退社、両者のシステム統合をコンサルタントとして支援。2002年より東京電機大学理工学部において情報システム設計及びデータ通信ネットワークの講義を受け持ち講師として活動中。

著書に「イラスト図解 工場のしくみ」（共著）（日本実業出版社）、「図解よくわかるBOM」(共著)(工業調査会)、「強い工場のしくみ」（編著）（PHPビジネス新書）などがある。

専門分野： 生産管理、ERP、SCP導入企画、導入支援、工程管理、・自動化工程管理、技術情報管理、工程変更管理支援、サプライ・チェーン・マネージメント、グローバル・オペレーション支援



今野 弘仁（この ひろひと）

ワクコンサルティング（株） パートナーコンサルタント

担当範囲
・チームワークプログラム

94年神戸本社の製造業に入社。海外事業部に配属、貿易実務に携わる。翌年95年 新規事業部に異動。衛星位置測位技術の応用分野の新事業立ち上げプロジェクトに参画、マーケティング活動に従事。2000年、野村総合研究所に入社。E-Learning事業、次世代リーダー育成事業、組織開発＝チェンジマネジメント支援事業に従事。以降は一貫して人材開発・組織強化領域に携わる。2012年独立起業、研修事業、チェンジマネジメント推進コンサルタントとして活動。創業10期目を迎える。最近、新入社員、中途入社社員の定着率を高める支援サービスを展開。大手企業から高い評価を受ける。

トレーニングテーマ：

・チェンジ・チームEQ・ワークショップ / 営業のためのロジカルコミュニケーション / 営業のための問題解決思考 / 営業のためのマーケティング思考 / 営業のための営業計画づくりワークショップ / ソリューション営業力強化

コンサルティングテーマ：

・伴走型 業務改善活動 / 定着率を高める働きやすいチームづくり / 新事業ローンチ・コンサルティング

ご提供価格

各研修・サービス価格（１）



サービスタイプ	研修コース	日数	1 開催あたりの価格（円） 税別	備考
セミナー	営業スタイル変革セミナー	半日	400,000	1 開催あたりの価格

サービスタイプ	研修コース	日数	参加人数別受講者 1 人あたりの単価（円） 税別						備考
			6～8	9～11	12～15	16～20	21～25	26～30	
研修	製造業業務プロセス研修	1			34,500	31,500	28,500	27,500	参加人数が11名以下 の場合は、1 日あたり 41万円の固定価格で提供 させていただきます。
E-learning	製造業業務プロセスシリーズ e-ラーニングサービス	24週間 (約 6 カ月)	1 ID : 120,000						1 ID、おひとり様の価格

サービスタイプ	研修コース	日数	参加人数別受講者 1 人あたりの単価（円） 税別						備考
			6～8	9～11	12～16				
研修	製造業顧客担当営業向け 「案件創出力強化研修」	3	68,000	63,000	58,000				最低開催人数 6 名 最高開催人数 16 名 ※ 5 名以下の場合は 1 日 あたり 40 万円の固定価格で 提供させていただきます。

サービスタイプ	研修コース	日数	ご支援費用（税別）	備考
コーチング + 診断	社会人基礎力評価とコーチング	6 カ月	社会人基礎力評価 おひとり様 1 万円 * 1 コーチング 480 万円 (全 24 日 : 20 万 × 24 日 = 480 万円)	6 カ月間、6 名の場合の例 支援回数 4 回/月

* 1 : コーチングを前提として提供いたします。“評価診断のみ”は取り扱っていないため予めご了承ください。

各研修・サービス価格（２）

サービスタイプ	研修コース	日数	参加人数別受講者 1 人日あたりの単価（円） 税別						備考
			6～8	9～11	12～16				
研修 + EQ診断	営業チームワーク強化プログラム	1.5	68,000	63,000	58,000				最低開催人数 6 名 最高開催人数 16 名 ※ 5 名以下の場合は 1 日 あたり 40 万円の固定価格で 提供させていただきます。

- ワクの研修価格体系は、一人当たりの価格にてご提案させていただきます。
- 本研修を基本としたコース設計をご了解頂いた後、**上記価格×参加人数×開催日数**にて提供価格を確定させていただきます。
- 首都圏近郊以外での開催の場合は 宿泊費、交通費を別途実費精算させていただきます。

サービスタイプ	研修コース	ご支援費用（税別）	備考
アドバイザリー	製造業担当営業向け ソリューション研修のご支援 (アドバイザリー)	100万円（内訳：20万円×5日）	支援日数：支援内容 1日：内容説明ヒアリング 3日：改善点と改善イメージ作成、 1日：改定案説明

End Of File