

# ZERO-1 独自のプログラム



受講者ひとり一人が、自らが目指す着地点(1ヶ月後の目標)をまず設定します。次に、ファシリテータやゲスト、受講者同士の議論からヒントを得た解決策や具体策を営業現場で1ヶ月間実行します。さらに、講義から講義までの約1ヶ月間は、各自のモチベーションの維持を図るため、またファシリテータや受講者と気軽に質問ができるために、メーリングリストの活用用途を広げ、突発的なトラブルへの対処策を考えあひ、それぞれの成功体験や失敗体験などをオープンにし情報共有しています。各自が確実に実践効果を上げるために、目標設定・実行・検証の繰り返しを10ヶ月間愚直に続けるのです。

最終課題としてZERO-1では、事前準備からはじまり、アポ取り、ヒアリング、提案、クロージングに至るまでの各社それぞれの営業プロセスを体系的にまとめ、社内で情報共有・または実践活用できる“生きた”マニュアル作成を課せられます。日々セールスをする上での大事な心構えや考え方など、行動のよりどころとなるものです。営業に配属されて間もない新人だけでなく、中堅社員やベテランが読んでも、参考になったり、気づきがあったり、実践で十分に役立つオリティにトコトンこだわります。

## 10ヶ月の流れ

	第1回 2017年 6/6 火	第2回 7/4 火	第3回 8/2 水	第4回 9/5 火	第5回 10/3 火	第6回 11/7 火	第7回 12/5 火	第8回 2018年 1/16 火	第9回 2/6 火	第10回 3/6 火
	<b>情報収集力</b>	<b>段取り力</b>	<b>アポイント力</b>	<b>傾聴力</b>	<b>質問力</b>	<b>問題分析力</b>	<b>仮説力</b>	<b>提案力</b>	<b>クロージング力</b>	<b>クレーム対応力</b>
	飛躍的に営業力をアップする	準備8割、本番2割が決め手	会いたいと顧客に言わしめる	顧客のニーズを引き出す	顧客を本気にさせる	最適な解決策を導き出す	考える力を劇的にアップする	顧客のニーズをとらえ、心から喜ばれる	営業力を格段に進歩させる	クレーム客をファンに変える
<b>土台づくり</b>	<b>成長の土台づくり</b> まずは、学び方を学びます。そして、今後の成長を支える正しい習慣を身につけます。そのためにも、一流や本物に触れるということが大事で、好奇心と意欲を喚起させます。意識の変化に注目していく段階です。この段階ではノルマを高く設定することは非現実的であるばかりか、その後の成長を著しく遅らせる恐れがあります。					<b>磨く感性を</b> 知識を広く深く主体的に学ぶだけでなく、毎回の「振り返り」を通して、正しい考え方、多面的な論理的思考力を伸ばします。単なる知識の詰め込みではなく、自らの頭で考える力をつけ、営業のセンスを磨く段階です。				
<b>養う実行力を</b>	感じたこと、考えたことを実際に行動に移す段階です。行動に移さなければ、何の意味もありません。目標を掲げ、その目標を達成できる真の営業力を身につけます。									
<b>現状把握</b>										
<b>ターゲットの選定</b>										
<b>ヒアリング</b>										
<b>仮説設定</b>										
<b>提案</b>										
<b>アフターフォロー</b>										
<b>マーケティングの視点</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一次情報と二次情報</li> <li>マクロ分析(PEST分析)</li> <li>業界分析(5F分析)</li> <li>市場分析(3C分析、SWOT分析、KSF)</li> <li>DMU(最終意思決定者)とDMP(意思決定プロセス)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定量調査と定性調査</li> <li>仮説立案と仮説検証</li> <li>B2BとB2Cの特性理解</li> <li>製品3層ワークシート</li> <li>着地点と逆算思考</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>トークスクリプトの作成</li> <li>ハロー効果</li> <li>サイアンスの法則</li> <li>第一印象VS第二印象</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>7:3の法則</li> <li>潜在ニーズと顕在ニーズ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イエス誘導法</li> <li>想起質問と処理質問</li> <li>オープン・クエスチョンとクローズド・クエスチョン</li> <li>SPIN法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>問題=あるべき姿と現状のギャップ</li> <li>MECE</li> <li>ロジックツリー</li> <li>チェーン分解</li> <li>マトリックス</li> <li>ポジショニング・マップ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現状仮説と戦略仮説</li> <li>AIDMAの法則</li> <li>カスタマー・ピラミッド</li> <li>トータル・コスト・オブ・オーナーシップ</li> <li>スイッチング・コスト</li> <li>オズボーンのチェックリスト法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ストーリーラインの構築</li> <li>ワンスライド・ワンメッセージ</li> <li>エレベーターテスト</li> <li>ピラミッドストラクチャー</li> <li>両面提示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テストクロージング</li> <li>ハード・トゥ・ゲット・テクニック</li> <li>フット・イン・ザ・ドア・テクニック</li> <li>ドア・イン・ザ・フェイス・テクニック</li> <li>バンドワゴン効果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ハインリッヒの法則</li> <li>グッドマンの法則</li> </ul>
	Plan Do See	Plan Do See	Plan Do See	Plan Do See	Plan Do See	Plan Do See	Plan Do See	Plan Do See	Plan Do See	Plan Do

※日程及びプログラム内容はお断りなく変更する可能性があります。予めご了承ください。