

## 開催要領

### 日時

1回目	2019年6月25日(火)	18:30~21:00	4回目	2019年8月27日(火)	18:30~21:00	7回目	2019年10月15日(火)	18:30~21:00
2回目	2019年7月16日(火)	18:30~21:00	5回目	2019年9月10日(火)	18:30~21:00	8回目	2019年10月29日(火)	18:30~21:00
3回目	2019年7月23日(火)	18:30~21:00	6回目	2019年9月24日(火)	18:30~21:00	9回目	2019年11月12日(火)	18:30~21:00

### 会場

公益社団法人東京グラフィックサービス工業会 「8F会議室」  
東京メトロ日比谷線 小伝馬町駅 2番出口より徒歩3分  
 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町7-16 ニッケイビル8F TEL:03-3667-3771 FAX:03-3249-0377

### 参加費

全9回で**45,000円**(消費税別) 会社でのお申し込みとなりますので、毎回どなたが参加してもかまいません。  
 1社で2名参加の場合は、2人目は39,375円(消費税別)。  
 1社で3名参加の場合は、2人目以降は34,875円(消費税別)。

### 定員

20名(最小開催人数10名)

### お申し込み方法

下記の参加申込書に必要事項をご記入の上、FAXにてお申し込みください。お申込みを確認後、参加証、請求書をお送りします。  
 参加費は第1回開催日の5日前までにお支払いください。

### お問い合わせ先

株式会社ビジネスコミュニケーション研究所  
 〒105-0001東京都港区虎ノ門3-17-7虎ノ門平井ビル3階 Tel.03-3433-5300 fax.03-3433-5310  
 担当:正木 玲子 masaki@bci-jp.co.jp  
<http://www.insatsu-eigyoo.com/> <https://www.bci-jp.co.jp/>  
 FAX. 03-3249-0377

営業が変わらなければ  
印刷会社は残れない!!



## 印刷営業革新塾 参加申込書

貴社名			
所在地	〒		
TEL		FAX	
ご担当者氏名:			部署/役職:
メールアドレス:			
お申込み人数(該当する項目に☑を入れてください)			
<input type="checkbox"/> 1社1名参加予定者	氏名:	部署/役職	
<input type="checkbox"/> 1社2名参加予定者	氏名:	部署/役職	
	氏名:	部署/役職	
<input type="checkbox"/> 1社3名参加予定者	氏名:	部署/役職	
	氏名:	部署/役職	
	氏名:	部署/役職	
<input type="checkbox"/> 1社4名以上ご参加の場合は、ご連絡ください。			

ご記入いただいた個人情報は厳正に取り扱います。

お客様はあなたに会いたいのか、  
印刷を発注したいだけなのか？  
会いたい人になるために、  
日々顧客接点でやるべきことを学びます。

人間関係づくりやコミュニケーション力強化をはじめ、顧客深耕営業の基本と応用、戦略的な新規開拓営業、そして提案営業力の基本まで、一貫したコンセプトのもと、創注営業の実践に必須のテーマを、6分野・9セッションで構成されたカリキュラムで学びます。  
1回の時間は18時30分~21時の2時間30分で2週間に一度とし、忙しい営業パーソンにも参加しやすくしました。多くの皆様のご参加をお待ちしています。

株式会社 ビジネスコミュニケーション研究所  
 後援：公益社団法人 東京グラフィックサービス工業会  
 教育・技術委員会

# 日々何気なく過ごしている顧客接点をもっと実りあるものに…。

意識を変え、視点を変え、行動を変えることで、これまで見えなかったお客様の困りごとや受注のタネが見つかります。  
本セミナーでは、日常営業活動での営業品質を高め、受注力を高めるきっかけや手法を学びます。

## 1 営業基本編：お客様との人間関係づくり

時間 2.5時間

- 1 担当が替わると売上が大きく変わるの何故か？
- 2 「好かれる」だけで売上が増える理由…(8つの理由)
- 3 情報提供の継続こそが人間関係づくりのスタート  
演習 「お客様親密度マップ」をつくり人間関係をチェックする
- 4 人間関係づくりを科学する手法(ハーマンモデル)でコミュニケーションの達人になる  
演習 自分のタイプとお客様のタイプを理解する  
演習 お客様のタイプに合わせたコミュニケーション方法を創る

## 2 営業基本編：お客様満足営業の進め方

時間 2.5時間

- 1 印刷営業が無意識にしまうお客様不満営業の実態
- 2 他業界に見るお客様満足と不満の現状
- 3 そもそも「お客様満足営業」とは何か
- 4 お客様が不満を募らせる“もう一つの品質”
- 5 日々の営業活動で実践する4つの顧客満足営業の提案  
演習 あなたが体験したお客様満足と不満から学べること  
演習 明日から実践する顧客満足営業を整理する

## 3-1 営業基本編：顧客深耕営業の基本技術

時間 2.5時間

- 1 刷需要減少時代の深耕営業3つの基本戦略  
(1.争奪戦、2.密着戦、3.創注戦)
- 2 「強者の営業」と「弱者の営業」の使い分け  
-戦い方を間違えると勝てない(ランチェスター戦略の応用)-
- 3 顧客ポートフォリオ分析による既存顧客の評価と選別  
演習 あなたは「強者」か、「弱者」か…顧客ポートフォリオ分析による顧客選別
- 4 顧客内ポジション別営業戦略の作り方  
[拡大客への営業]人間関係から始める  
[発展客への営業]スイッチング・コストを高める  
[維持客への営業]タイミングよく訪問する  
[成行客への営業]トレーニング相手として活用する

## 3-2 営業基本編：顧客深耕営業の基本技術

時間 2.5時間

- 5 顧客ごとに競争環境をつかみ打つ手を考える  
演習 担当顧客の競争環境を整理する
- 6 お客様が発注を決める“価格以外の要素”と、「見積り合わせ」の勝ち方  
演習 価格が高くても受注できた時

## 4-1 営業応用編：顧客深耕営業の応用技術

時間 2.5時間

- 1 顧客深耕の基本は「顧客別の年間活動計画」づくり  
演習 顧客ごとの「年間活動計画書」をつくる

## 4-2 営業応用編：顧客深耕営業の応用技術

時間 2.5時間

- 2 戦略営業実践の3つの戦術パターン  
演習 ①横取り営業の作り方  
②クロス受注営業の作り方  
③困りごと解決営業の作り方

## 5-1 営業応用編：新規開拓営業の基本

時間 2.5時間

- 1 顧客深耕営業と新規開拓営業は、コインの裏表(守り/攻められ)
- 2 新規開拓の取り組みタイプ別の特徴と課題
- 3 見込み客(相手)にとって発注を切り替える4つのネックと突破について  
演習 現在の新規開拓状況を整理する(問題と課題の発見と共有)

## 5-2 営業応用編：新規開拓営業の基本

時間 2.5時間

- 4 4つの場面で使う好感度の高い面談のポイント
- 5 確率と効率を考えたチーム営業の基本型(効率性と学習性)
- 6 練り上げた新規開拓(作戦型新規開拓)の基本型  
演習 新規開拓時の拒絶に対する効果的な対処策を考える

## 6 営業応用編：今日からできる提案営業の進め方

時間 2.5時間

- 1 提案営業の基本手法(FABE法、困りごと解決法)
- 2 “される側”から見た提案営業を見直す
- 3 日常活動で創る「提案営業を成功させる」地ならし
- 4 お客様の心に届く提案を考える
- 5 提案営業の成功と収益向上を両立させるポイント  
演習 FABE法を使ってみる

## 仕事を“創り出す” 営業パーソンを 育成!



### 講師紹介

#### 田中 信一

(株)ビジネスコミュニケーション研究所 代表取締役

- ・日本経営士会認定 経営士
- ・国際公認経営コンサルティング協議会認定CMC
- ・全能連認定マスター・マネジメント・コンサルタント
- ・ハーマンモデル 認定ファシリテータ

1956年生まれ、福井県出身。大学卒業後、印刷会社にて、印刷営業や制作ディレクションを経験後、1989年に株式会社ビジネスコミュニケーション研究所設立。制作事業(web、印刷、展示会など)をやりながら、印刷産業を中心に全国で講演、営業関係研修、コンサルティングを行っている。

・著作『消費・商品トレンド93-94』船井総合研究所刊(共著)、『こころときめく営業楽(学)1, 2』、『創注営業実践バイブル』他がある。