

研修ご担当者様

教育プログラムのご提案

株式会社 アタックス戦略会計社



名古屋 : 〒450-0002 名古屋市中村区名駅 5-27-13
TEL 052-586-8836 FAX 052-586-8832

東京 : 〒160-0023 東京都千代田区内神田 1-13-7
TEL 03-3518-6363 FAX 03-3518-6366

大阪 : 〒530-0047 大阪市北区西天満 2-6-8
TEL 06-6364-1350 FAX 06-6364-1351

静岡 : 〒420-0857 静岡市葵区御幸町 11-30
TEL 054-205-8180 FAX 054-205-8120

質問 良かれと思った研修が、逆に時間の無駄だった、実務に合っていない等の不満を引き起こしてしまった経験はございませんか？



研修が実務に活かされないのには要因があります！



要因1 アカデミック依存型研修

理論は正しいものの現場の実情が加味されておらず、実務に落とし込むにあたり、かなりの加工が必要となる。

ほとんどの企業が実務まで落とし込めない。



要因2 トップセールスの成功談型研修

トップセールスの体験談が多く、営業に対する訴求力はあるものの応用できるのは一部のトップセールスのみで本当に研修を必要としている層の多くは実務に転化できない。



要因3 セミナー専門講師型研修

研修自体は非常に楽しめるが、セミナー専門のコンサルタントが講師を行っているため研修だけで完結してしまい、結局何も残らない。

そこで…

1. アタックス営業コンサルティング室の研修 3つの特長

特長1: 講師は現場で活躍するコンサルタント講師！

講師は、現場で活躍しているコンサルタントばかり！

弊社のコンサルティングはベースとして常に会計があり、コンサルタントは経営の視点をもった専門家集団です。

営業コンサルティング室では、プロのコンサルタントが現場で培ったノウハウ・テクニックを惜しみなく提供し、「考える！」「表現する！」「行動する！」を通じて、自ら行動できる社員を育成します。

特長2: 脳科学的なアプローチで論理的に行動変革を促す！

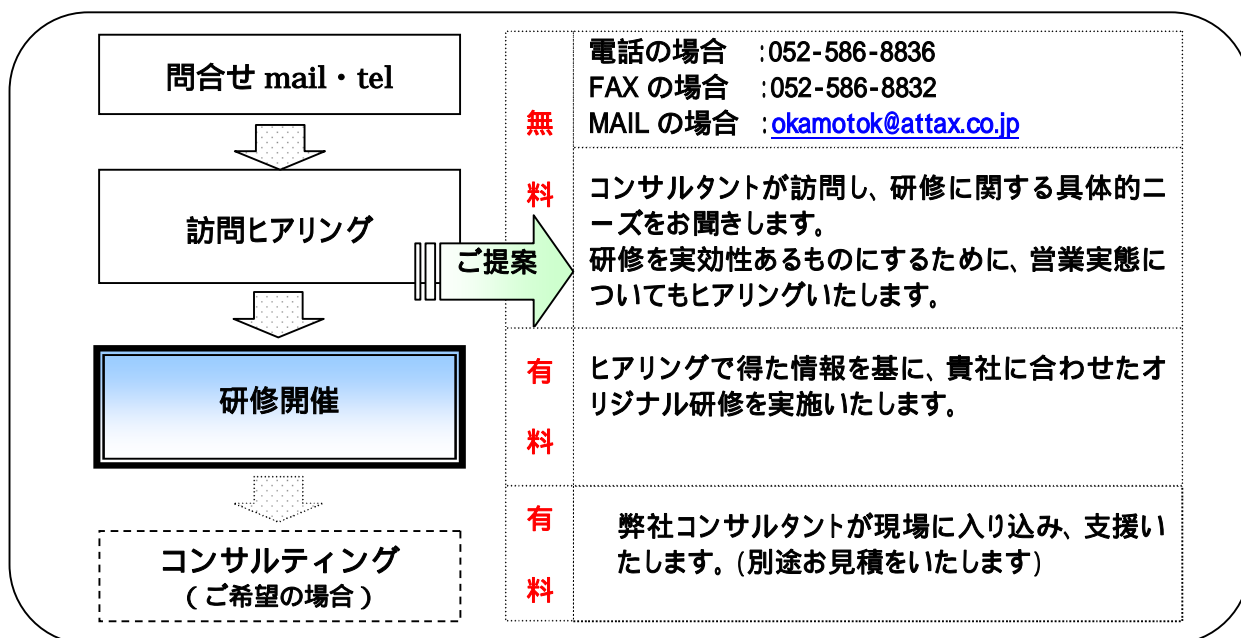
研修は体験談だけでなく、なぜ人がそのように動くのか、人を動かすために何が必要かを脳科学を駆使して論理的に解説し、誰でも理解できるところまで落とし込みます。

特長3: 誰よりも熱い講師の情熱！

組織を変える、営業を変えるためには情熱が不可欠です。受講者に情熱が必要だということを、講師が情熱をもって訴えなければ絶対に伝わりません。

本当に営業現場(営業の苦しみ、悩み)を知っているからこそ出てくる情熱で、熱のこもった講義を行ないます！

2. 教育支援実施までの流れ



3. 研修企画・講師派遣支援費用

| 日程 | 1 | 研修名 | 価格(税別) |
|----|-----|--------------------------|------------------------|
| 1 | 1日間 | 目標予算を達成させる劇的な「思考」変革研修 | ¥ 400,000 |
| 2 | 1日間 | 予算計画の立て方とPDCAのまわし方研修 | ¥ 450,000 |
| 3 | 1日間 | 営業管理ツールの作り方、営業会議の進め方研修 | ¥ 450,000 |
| 4 | 1日間 | 売上アップする「データ分析」実践研修 | ¥ 500,000 |
| 5 | 1日間 | 商談の主導権を握る「営業メール活用術」研修 | ¥ 450,000 |
| 6 | 1日間 | 仕組みでマスターする営業トーク研修 | ¥ 600,000 |
| 7 | 2日間 | 苦手意識を克服するモチベーションアップ研修 | ² ¥ 100,000 |
| 8 | 2日間 | 営業基礎研修 | ¥ 600,000 |
| 9 | 3日間 | 営業ナレッジマニュアル構築研修 | ¥ 1,300,000 |
| 10 | 半日間 | 債権回収のプロが教える「中小企業の与信管理」研修 | ¥ 150,000 |

1 日程: 1日・7時間研修、半日・3時間研修

2 料金: 1人当たり料金となります。

注意事項

- ・5%の消費税を別途ご負担いただきます。
- ・講師の交通費は実費精算としてご負担いただきます。
- ・大幅なカスタマイズをご希望の場合、別途料金を頂く場合がございます。
- ・営業コンサルティング室では実施研修の効果を最大限に高めるため、1講義につき受講者の数を20名以下で実施することを強くお勧めしており、そのため上記金額は20名を目安としています。
それ以上の人数の場合は、10名ごとにプラス10万円の追加料金を頂きますのでご了承ください。

4. 階層別必須能力一覧表(例)

| | 階層別必須修得項目 | 組織営業力アップ | | 営業分析・管理ツール | 個人スキルアップ | その他 | | |
|------------------|---|-----------------------|----------------------|-------------|---------------|--|---|--------------------------|
| 役員幹部 営業マネージャー | <ul style="list-style-type: none"> ・戦略的発想の仕方 ・営業計画の立て方 ・財務分析 ・与信管理能力 ・組織変革の実行力 ・迅速な意思決定能力 ・自己変革 ・目標達成の為のマネジメント ・コミュニケーション能力(上級) ・課題解決能力 ・部下の行動管理能力 ・部下の同行指導(上級) | 目標予算を達成させる劇的な「思考」変革研修 | 予算計画の立て方とPDCAのまわし方研修 | 営業同行「テック」研修 | 営業ナレッジマップ構築研修 | 営業管理ツールの作り方、営業会議の進め方研修 売上アップする「データ分析」実践研修 | 苦手意識を克服するモチベーションアップ研修 商談の主導権を握る「営業メール活用術」研修 仕組みでマスターする営業トーク研修 営業基礎研修 | 債権回収のプロが教える「中小企業の与信管理」研修 |
| 中堅社員 | <ul style="list-style-type: none"> ・目的意識を持った営業活動 ・コミュニケーション能力(中級) ・課題抽出能力 ・部下の同行指導(基本) ・営業トーク(上級) ・営業メール(中級) | | | | | | | |
| 若手社員 | <ul style="list-style-type: none"> ・社会人としての必要な心構え ・社会人としての大切なマナー ・コミュニケーション能力(基本) ・期限とノルマの考え方 ・営業トーク(基本) ・営業メール(基本) | | | | | | | |

5. 研修タイムスケジュール(一部抜粋)

【組織営業力アップ】

目標予算を達成させる劇的な「思考」変革研修

本研修は、参加した者でなければ理解し実践できない、極めてインパクトの強い研修です。トップセールスの誰もが無意識のうちに実践している脳の『空白の原則』と『焦点化の原則』を本研修を通じて理解することにより自然に行動が変わってくるはずですが、また、研修では、「一ヶ月以内」「半年以内」にすべき行動指標と行動計画を全員の前で宣言して終了しますので、翌日から行動に変革を起こさせることがこの研修の特徴です。ただし、非常に内容の深い研修ですので、参加意識が低い方はご遠慮ください。

| 時間 | 内容 |
|-------|---|
| 10:00 | <p>1. 開会の挨拶 主催者に対応頂きます。</p> <p>2. オリエンテーション 本研修の目的と、受講する「場」を作る事の重要性</p> <p>3. 自己紹介</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ラポールを築くための自己紹介 2) 重要なのは時間管理能力 3) 自己紹介で過去体験と現在のモチベーションがわかる <p>4. マーケットバリューのある人材とは</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 営業は最もクリエイティブな職種 2) 外部環境に影響されない営業像 3) 過大な目標にも取り組める考え方 4) 目標へ必ずコミットする重要性 <p>5. 「予算達成脳」を作り上げる</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 「頭で理解する」と「腹に落ちる」は違う 2) 意識は方向付けしかできない、体を動かすのは無意識 3) 「予算達成脳」を作る「空白の原則」 4) 予算達成に脳をフォーカスする「焦点化の原則」 <p>6. 予算達成のための行動マネジメント</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) なぜ行動を「見える化」する必要があるのか「ニューロロジカルレベル」 2) 正しい営業会議の進め方 3) ゴールの設定と次のアクションの決め方 4) 仮説思考を習慣化させる技術 <p>7. 予算達成のためのモチベーション管理</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 放任しておいて、営業のモチベーションに頼るのは残酷 2) 評価やインセンティブで営業を操るな！ 3) ルールを厳格にすることでストレスは軽減する 4) モチベーションを上げるには仕組みは不可欠 |
| 12:00 | |
| 昼食休憩 | |

| | |
|--------------|--|
| <p>13:00</p> | <p>8. 予算達成のための仕組み「予材管理」とは</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 営業は必ず予算の2倍以上の材料を持っている 2) 組織で目標達成する為の手法 3) 営業=質×量 計画営業で圧倒的な量をこなせる営業になる 4) 出来ない理由が無い 目標達成に向けた行動 <p>9. 予算達成のための KPI 設定(グループワーク)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 課題の抽出 目標達成の為に「自分」がやるべき事 2) 課題の分類 いつまでに改善するのか 3) 課題の分解 目標達成の為に具体的な行動、阻害要因は何か <p>10. KPI を 100% 行うコミットメント(グループワーク)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) グループ発表(KPI の目的と具体的なアクションプラン) 2) コミットメントの本当の意味(出来ないとは言わせない仕組み) 3) 目標に対して考えるのではなく、何を(行動)のか決める <p>まとめ(質疑応答)</p> |
| <p>17:00</p> | |

【営業分析・営業管理ツール】

売上アップする「データ分析」実践研修

本研修は資格取得のための研修ではありません。
難解な分析、教科書で紹介されるマーケティング手法ではなく、「営業マネージャとアシスタント1人」いれば誰でも明日からできるデータ分析テクニックをわかりやすくご説明いたします。実際にコンサルタントがどのような視点でクライアントを診断し、どの機関、どのサイトを活用して情報を集め、仮説立案検証して戦略策定へと導いているのか、その技術を事例を交えながらワークショップ形式で行ないます。

| 時間 | 内容 |
|-------|---|
| 10:00 | <p>1. 開会の挨拶 主催者に対応頂きます。</p> <p>2. オリエンテーション 本研修の目的と、受講する「場」を作る事の重要性</p> <p>3. 自己紹介 1) ラポールを築くための自己紹介 2) 重要なのは時間管理能力 3) 自己紹介で過去体験と現在のモチベーションがわかる</p> <p>4. この激動の時代に「分析が目的」の部署も人材も必要ない！！ 1) 高額な分析ツールが必要な企業は限られている 2) 最悪なのは分析しっぱなし 3) PDCAサイクルの出発点としてデータ分析を行う 4) 仮説立案に役立つ「ロジックツリー」等のフレームワーク</p> <p>5. マーケットバリューのある人材とは 1) 営業は最もクリエイティブな職種 2) 外部環境に影響されない営業像 3) 過大な目標にも取り組める考え方 4) 目標へ必ずコミットする重要性</p> <p>6. 「予算達成脳」を作り上げる 1) 「頭で理解する」と「腹に落ちる」は違う 2) 意識は方向付けしかできない、体を動かすのは無意識 3) 「予算達成脳」を作る「空白の原則」 4) 予算達成に脳をフォーカスする「焦点化の原則」</p> <p>7. すぐに実践できる、データ分析7つの手順 1) 「分析の目的」は現場の行動改革にある 2) 「財務分析」から定量的な仮説を導き出す 3) 「ヒアリング」から定性的な仮説を導き出す 4) 仮説検証」は事実と意見を切り分けて！</p> |
| 12:00 | 昼食休憩 |

| | |
|-------|--|
| 13:00 | <p>8. 「鶴のひと声」でも左右されないデータ分析の実践</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 社長も逆らうことのできない「決算書」 2) 「財務分析」の3つの基本要素 3) 整理の視点は「誰が、どこに、何を、いつ、どのように、いくら」 4) 何かと「比較」してはじめてデータは意味を成す <p>9. データ分析の実践プロフェッショナルになろう！</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 事例企業に学ぶ(ケーススタディ) 2) 事例 新規顧客開拓編(どこに新規開拓できるお客はいるのか?) 3) 事例 既存顧客開拓編(取引先のどこに選択と集中するのか?) 4) 事例 新規事業立上げ編(過去データがないときの市場の読み方) 5) 実際に分析テクニックを学んでみよう！(ワークショップ) <p>10. 誰でもすぐに行える「シンプルマーケティング分析」</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 市場データは、意外と身近に転がっている 2) 無料で調査できる！ 役立つ専門機関の例 3) Google の検索オプションを利用して「統計データ」を集めよう！ 4) 口コミの調査を「ブログ検索」で実施する <p>11. シンプルに分析して、高速にPDCAサイクルをまわす！</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 分析結果からどのように「戦略/方針」へと導くか 2) 行動プロセスとKPIの設定方法 3) 簡単に管理できるモニタリングシートの紹介 4) モニタリングの仕方と、第2のデータ分析について <p>まとめ(質疑応答)</p> |
| 17:00 | |

【その他】

債権回収のプロが教える「中小企業の与信管理」研修 (3時間研修)

サブプライムローンに端を発した金融危機。今、経済は誰も経験したことのない不況に突入しようとしています。激変する経済環境で、今後起こり得る取引先の倒産リスクを回避するために与信管理の徹底が重要視されています。

本研修では、某金融機関で経験した与信管理のノウハウをもとになかなか情報を入手しづらい中小企業の与信管理手法を具体的にお伝えしていきます。

| 時間 | 内容 |
|-------|--|
| 13:30 | <p>1. なぜ、与信管理が必要なのか</p> <ol style="list-style-type: none">1)金融危機の脅威2)売上債権の貸倒は売上の減少か？3)売上債権事故のデメリット4)決算書なしでも会社の危険度は見える <p>2. 調査方法と見極めのポイント</p> <ol style="list-style-type: none">1)帝国データの基本情報から危険度を推測する2)不動産簿本をチェックする3)取込詐欺の手口公開 商業登記簿簿本の見方4)集金手形は与信情報の宝庫 <p>3. 営業と与信管理は表裏一体</p> <ol style="list-style-type: none">1)具体的な与信限度額の決め方2)攻めも守りも基本は、計数管理から3)顧客管理シートの紹介4)営業マンの役割 <p>4. 景気回復時に巻き返すため、いま営業が行動すべきこととは？</p> <ol style="list-style-type: none">1)過剰な「リスク管理」と「コスト削減」は企業体力を落とす！2)「攻め」と「守り」のバランスをどのように見える化するか3)営業の行動とアイデアを見える化するエクセルシートの紹介 <p>まとめ(質疑応答)</p> |
| 16:30 | |

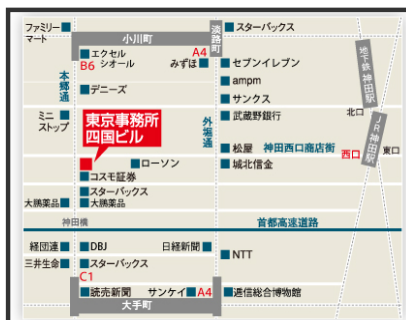
6. 研修会場のご案内

アタックスグループは最大 80 名収容の研修会場(名古屋)を完備しております！
研修実施の際には無料でご利用いただけます。



名古屋会場

名古屋駅(徒歩 10分)
錦通りを東(伏見方面)へ進み、「西柳町」の交差点を越えた右記ビル
地下鉄東山線、鶴舞線(徒歩 10分)
伏見駅 9 番出口を出て錦通りを西(名古屋駅方面)へ進み、堀川を越えた上記ビル



東京会場

JR 神田駅西口(徒歩 8分)
西口商店街を西へ進み、外堀通りを越え本郷通りを神田橋方面へ
曲がった右記ビル



大阪会場

京阪電車 淀屋橋駅(徒歩 5分)
1 番出口を北へ徒歩 5分
地下鉄 御堂筋線 淀屋橋駅(徒歩 5分)
1 番出口を北へ徒歩 5分

7. 研修 / セミナー提携先 企業一覧 (50 音順)

株式会社インフォファーム
株式会社オーピック
株式会社共立総合研究所
株式会社月刊ビルディング
ソフトブレン株式会社
株式会社名古屋銀行
株式会社ネクスゲート
みずほ総合研究所株式会社
三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社
りそな総合研究所株式会社
株式会社リクルートエージェント …等多数 (年間100回以上、3000人以上の経営者を動員)

以上