

“戦略販売”のためのマネジャーコーチング プログラムの概要

MILLER
HEIMAN™

営業開発の初期導入に関し、長期間にわたる成功を収める鍵は、マネジメントの再強化です。戦略販売マネジャーコーチングは、あなたのチームが、営業を継続的に獲得できるよう、戦略販売の原則を確実に実行するための必要なコーチング（指導）とガイダンスを営業担当者一人ひとりに提供することにあります。

戦略販売マネジャーコーチングは、営業担当者のマネジメントに対する報告能力を向上させ、パイプラインの中の営業可視化を可能にします。と同時に、さらに上位のセールスマネジメントに対しては、効果的に営業力を向上させ、再強化し、分析できる継続的なマネジメントサポートプロセスとなります。

このプログラムによって、より大きな売上向上に向けて営業力をコーチするため、ブルーシートやセールスファネルをす早く評価出来るようになります。単一販売目標を正確に評価したりセールスファネルを分析することによって、営業チームが彼らの営業努力をより効率の高い方に集中させるように変えて行きます。そしてあなたの営業チームが今どこにいて、何処で成果を達成する必要があるのか、というギャップを明らかにすることが出来るようになります。

このプログラムから何を習得するか

- 共通のゴール、共通の言語を確立して、首尾一貫したセールスプロセスを打ち立てる
- ミラーハイマン戦略のプロセスを分析し、その評価に基づいて営業効率向上のポイントを見出す
- セールスファネルによって価値あるアドバイスと正確な販売予測を得る
- 最も大きなリターンをもたらす現場の同行コーチングは、何処でどのように行うのかを知る
- 何が関係しているのかと言うことに焦点を定めて、出だしの失敗や袋小路に陥るのを避ける
- セールスプロセスを整理して、成功が繰り返されるようにする
- タイムテーブルを伴った実行計画でコミュニケーションできる共通の言葉を使用出来るようになる
- 効果的な報奨制度や表彰方法について議論し、どのようにあなたの営業チームの文化を変えていくか検討する

戦略販売マネジャーコーチングは、以下の質問に対する答えを用意しています

このプログラムは、責任ある営業リーダー、部下の営業チームにキーとなる販売戦略を実行させることに責任を持っているマネジャー向けに作られています。

- 投資に対するリターンを増加させる実証性ある方法を探していませんか？
- あなたの会社で、営業効率を向上させるのに助けを必要としているところが何処にあるか知りたくありませんか？
- 成果を上げることに問題を抱えてはいるが、その理由はなぜなのか分かっていますか？
- もっと短期間に、結果を上げたくありませんか？

実施要領

戦略販売マネジャーコーチングは、2日間の構成になっていますが、それぞれ独立していますので、どちらか1日だけ選択することも可能です。

1日目： セールスファネル ・独自のセールスファネルを作成して、ファネル マネジメントに活用します
・個別のセールスプロセスを定義して、販売予測のための指標として活用します

2日目： ブルーシート ・戦略分析の復習 ・ブルーシートの活用方法 ・ブルーシートセッションの実施

時間： 午前9時 ～ 午後4時30分

“戦略販売”のためのマネジャーコーチング プログラムの内容

MILLER
HEIMAN™

戦略販売マネジャーコーチング

Manager's Coaching for Strategic Selling®

このマネジャーコーチングで、営業チームと以下のようなオポチュニティマネジメントの戦略と戦術について、どのようにしてコーチングし、強化し、教えていくべきかということが分かるようになります。

(1日目) セールスファネル ワークショップ

セールスプロセス

ミラーハイマンのセールスファネルに、売上増大が正確に予想されるセールスプロセスを当てはめる。よく定義されたセールスプロセスとして、意味あるセールスファネルに見識を与える。

セールファネルの分析

全ての販売チャンスや単一販売目標がセールスファネル上のふさわしい位置に位置しているかどうか検討し、決めていく。

部下営業マンのセールスファネルの形を見て、彼らの売上を達成するのに、どのようなコーチングが必要か検討する。

コーチング

部下営業マンの最終売上目標や販売目標を見て、それを達成する可能性の高い販売チャンスや単一販売目標に注力することにより、その援助策を考える。

セールスファネルのまとめ

どのようにセールスファネルレビューを行えば良いか、理解を深める。

セールスファネルレビューを行うに当たり、部下のセールスファネルに関するコメントや質問を考えて、作成する。

(2日目) ブルーシート ワークショップ

ブルーシート ガイドライン

いつブルーシートを作成し、いつブルーシートの戦略構築セッションを行うために集まるか等について決めるため、営業マンが話しあってガイドラインを作る。

うまく機能しているのはどこか

部下の単一販売目標を分析して、ブルーシートを活用するメリットは何処にあるか検討する。
ブルーシートプロセスを支持するために現在あなたの会社では何処がうまく機能し、何処がうまく機能していないのかを明らかにする。

ブルーシートの陥る罠

ブルーシートとコーチング可能な分野との、良く生じるギャップを明確にする。

ブルーシートの分析

個々の営業マンに対するコーチングを行う前に、事前に提出されたブルーシートに関する分からない情報、一貫性のない情報、不確実な情報等を明確にしておく。

営業行動

部下の営業マンに関して、前向きで望ましい営業行動とは何かを明確にし、何処でコーチングを必要とするか決める。