

# 2006年度・ビジネス・スキル研修コース

“コミュニケーション力・スキルアップ元年”

## “Skills” for Solution Business

2006年1月吉日

流通システム本部・ラーニング担当  
寺子屋プロジェクト  
塾頭 大竹 佳憲



## はじめに

- 現在、我々を取り巻くビジネス環境は、まさに「ドッグ・イヤー(戌年?)」の猛スピードで変化し続けています。その結果プロダクト中心のビジネスからサービス中心のビジネスへの転換を求められてきております。サービスビジネスとは顧客との接点で発生するものであり、営業マンだけでなく、SE、CEを含む全社員がビジネス感覚とスキルを有して顧客への対応を行う必要があります。
- そのため本年度よりビジネス・スキル向上とSolution Businessの定着を目指し、コミュニケーション力向上のためのラーニング・コースを整備・体系化し実施いたします。本年はその記念すべき「元年」としてスタートいたしますので、個々のスキルアップを目指して、積極的な参加を期待いたします。
- 「今、SE・CEに対してお客様が一番要求している事とは?」「ビジネスマンとしてのコミュニケーション力です」

## 目次

### ■はじめに

### ■2006年:「コミュニケーション力・スキルアップ元年」

### ■Skill for Business の体系

### ■2006年度:ビジネス・スキル研修日程一覧

### ■ビジネス・スキル研修コース・カタログ

- 「BSW (Business Skill-Up Workshop) : Solution Business 入門  
(// 受講者感想文・抜粋)
- 「SBM (Strategic Business Mind) : 「宮沢百貨店」  
(// 受講者感想文・抜粋)
- 「SPIN(質問技法)」 : Basic・サーベイススキル向上講座  
(// 受講者感想文・抜粋)
- 「実践!リーダーシップ」 : SL-1  
(// 受講者感想文・抜粋)
- 「プレゼン・クリニック」 : 半日コース  
(// 受講者感想文・抜粋)
- 「図解・フローチャート入門」 : +論理思考  
(// 受講者感想文)
- 「CPC (ソーシャル・スタイル演習)」 : 対人スキル向上講座  
(// 受講者感想文・抜粋)
- 「SSN (Situational Sales Negotiation)」 : 交渉力向上講座  
(// 受講者感想文・抜粋)
- 「VBS (Value Based Selling) : 戦略的販売計画  
(// 受講者感想文・抜粋-工事中)
- 「シュガー・キャンプ」 : 若手営業マンパワーアップコース  
(// 受講者感想文・抜粋)

### 推薦図書:

- 「速効! SEのためのコミュニケーション実践塾」(田中淳子著・日経BP社)
- 「SEのためのヒューマンスキル入門」(芦屋広太・日経BP社)
- 「聞く技術が人を動かす」(伊東明・KAPPABOOKS)

## J・H・パターソンのDNAを呼戻せ！

### ① 「企業経営の医者たれ！」（Solution Businessの神髄とは？）

- NCRの創業者であるJ・H・パターソンが社員に向けて絶えず唱え、要求してきたのは金銭登録機という金物・機械の販売ではなく、企業の抱える経営上の問題・課題の解決策の提供でした。医者のビジネスの根幹は言うまでも無く持っている専門分野における知識・技術・経験を駆使して患者の健康上の問題を見つけだし、診断し、病氣克服の処方を実施するところにあり、決して薬と言う製品を販売して儲けているわけではありません。顧客に対して「何を売るのか？」ではなく、「何を解決するのか？」と言う視点でのビジネスの展開こそがSolution Businessの神髄ですが、今年で122周年を迎えるNCRのDNAなのです。

### ② 「創造的販売をせよ！」（Value Added Sellingとは？）

- 次に我々が販売すべきValue(付加価値)について考えてみましょう。ご承知の通り80年代までの「工業化社会」においては製品そのものが持つ機能・性能が付加価値でした。しかしながら「情報化時代」の到来はIT革命によって加速度的に進展し、PCを含めIT製品そのものの機能性能の差別化が難しくなり、「製品をいくら買い叩いたところで得られる付加価値（機能・性能）は変わらない」の言葉通り、価格は（悲）劇的に急降下を続け、利幅も限りなくゼロに近づいています。そうした今、我々の顧客である企業が真に求めているのは、生き残るための戦略、そしてその戦略を具現化するITによる仕組みづくりのパートナーとしての人材を持つ企業でしょう。我々が今後提供すべき付加価値は、SE・CEの方々が有する企業経営上の課題解決のための知識・スキル・経験によって創造される知恵であり、Solutionそのものなのです。

### ③ 「コミュニケーション力の向上を！」

- プロダクト販売の場合にはカタログに機能・性能と言う仕様が表示されていますので、買い手としては付加価値が理解でき、ニーズも顕在化していて売り手とのコミュニケーションもそんなに必要ありませんでした。現にプロダクトでコモディティ化した製品はPCを筆頭にNET販売が主流になりつつあります。しかしながらSolution Businessの場合には顧客の理解・問題発見・課題抽出・提案・プレゼン・交渉等その90%以上が人間関係であり、全て双方向のコミュニケーションで成り立っています。昔は契約が入って仕様が決まってからがSE・CEの仕事始めでしたが、顧客のニーズが潜在化する現代においては、SE・CEが営業と共に商談の初期の段階から積極的に参画することが要求されてきています。今では多くのビジネスの場面でのSE・CEと顧客との会話そのものが商談であり、プレゼンやネゴシエーションを含め、SE・CEの方の一言・一言が売上・利益に大きく影響するようになって来ております。正にプロフェッショナルとしてのSE・CEの真価が問われている訳ですが、どんなに素晴らしい知識・アイデアを持っていても、それを正確に相手に伝え、納得してもらえない限り価値としては認められません。対人関係及びコミュニケーション能力の向上なくして会社の業績の向上は望めない時代に入りました。

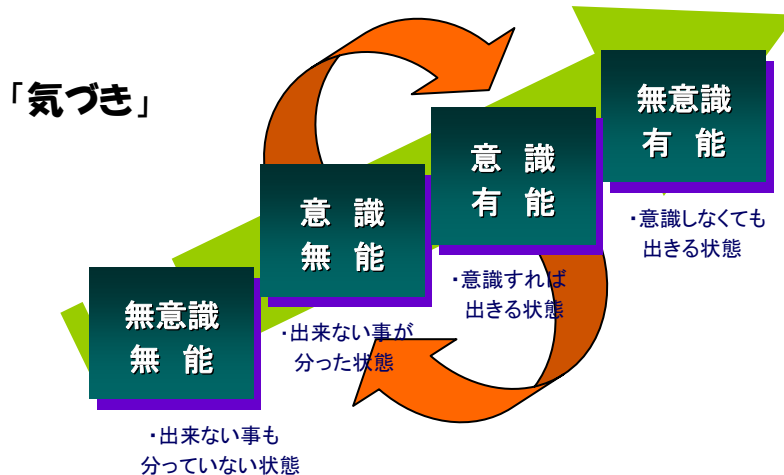
### ④ 「人の心を動かすには技(わざ)がいる！」（ビジネス・スキルを磨こう！）

- NHKの人気番組だった「プロジェクトX」で放映された中に、宝塚歌劇・復活劇がありました。低迷していた宝塚歌劇を「ベルサイユのバラ」公演で見事復活させた稀代の映画俳優・長谷川一夫氏の言葉です。「人（観客）の心を動かすには技（わざ）がいる！」とお嬢さんの学園劇と揶揄された同歌劇団に氏が持ち込み、指導したのが歌舞伎と映画の所作・演出の技法（スキル）でした。その結果この作品は開演早々多くの人々の感動を呼び起こし、1500回を超える公演が続いています。我々のビジネスの場合においても、初対面での顧客の不信心・猜疑心を信頼感に変え、関心を惹き、潜在ニーズを顕在ニーズに変え、逡巡・迷いに対して決断を促す等「顧客の心を動かす」ための“技”（スキル）が必要です。どんなに顧客のために、相手のためにと思っても、それを形に表し、的確に相手に伝え、心を動かす事の出来るビジネス・スキル（技）を持たない限り、ビジネス上の成功はありえません。100の知識もアイデアも、伝える技（スキル）が10ならば、10以下しか伝わらないのです。

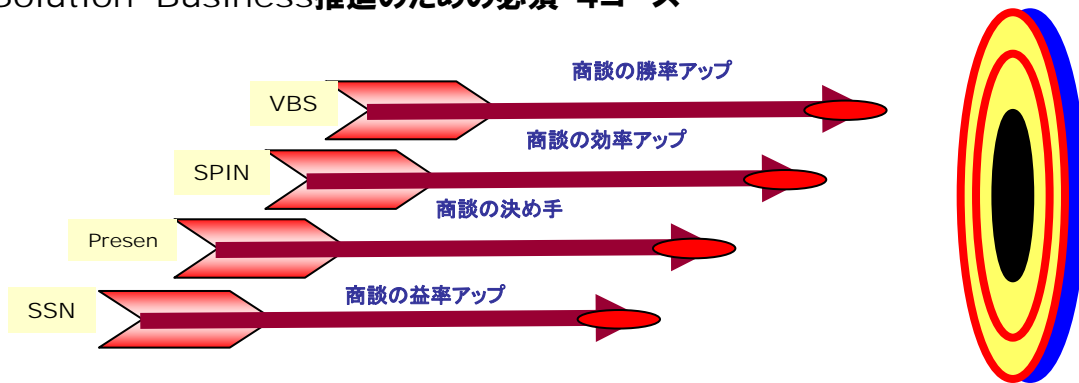
## J・H・パターソンのDNAを呼戻せ！

### ⑤ 「Learning(学習)のすすめ！」(知識・スキルの習得はプロとしての自覚を持って…)

- BSW, SPIN, リーダーシップ等のコースの冒頭で申し上げていますがとおり、教育という言葉は実質的に死語となってきました。それに代わって我々一人ひとりが自分にとって必要と思われる知識・スキルは自分で学習し、習得する時代になりました。(例えばWord、Excel、Mailの教育を受けましたか?)  
 自立したプロフェッショナルとは自分の持つ知識・スキルの価値を良く理解し、絶えず高いところに目標を置き、今の自分に欠けているものを見つけ、修正を加える努力をしている人のことです。  
 スキルの向上は「気づき」の中から、自分の次の課題・目標を見つけることにあります。  
 個々人の自分の価値を高める努力が会社の業績に連動する時代になりました。



### ⑥ Solution Business推進のための必須・4コース



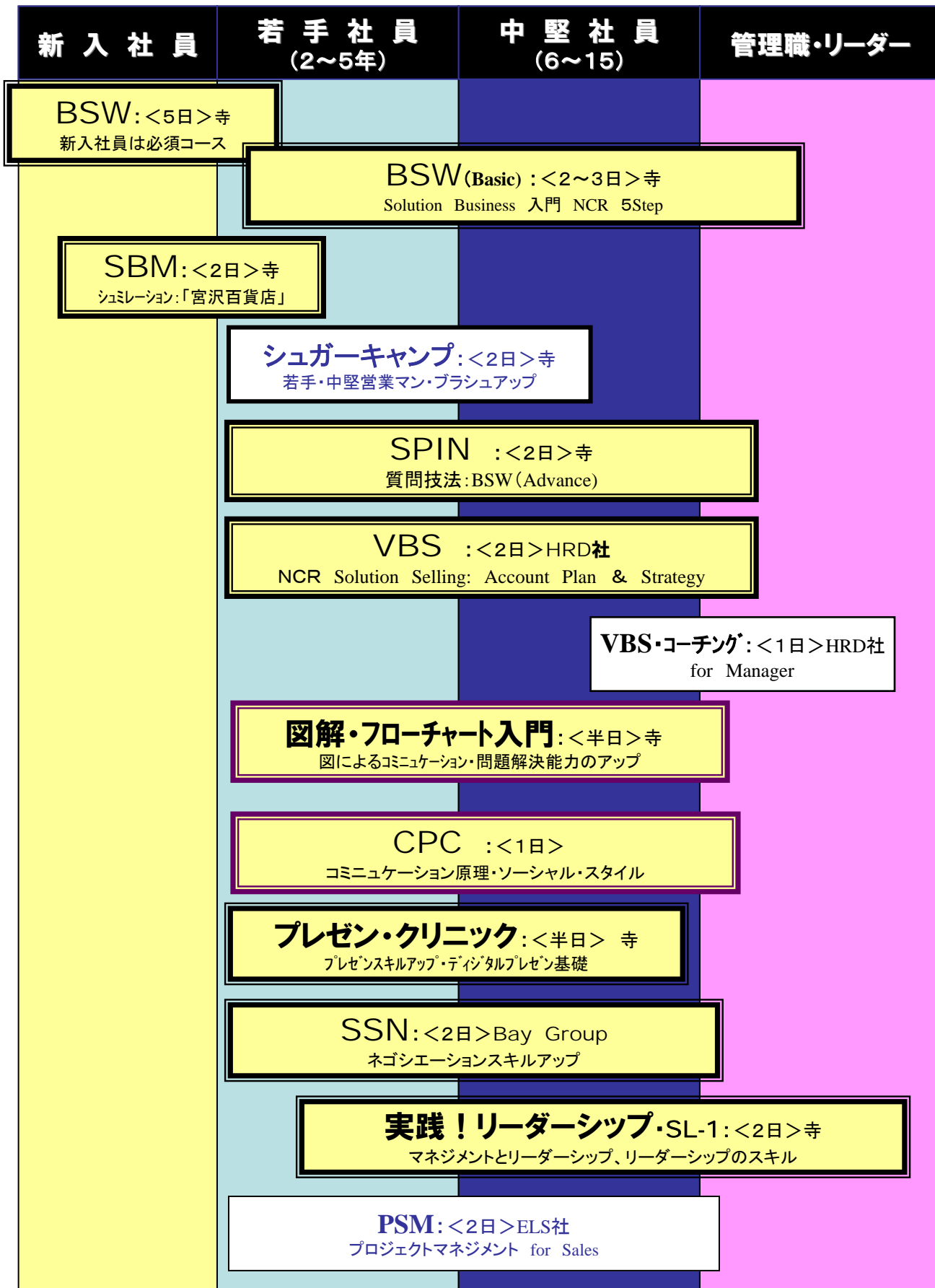
### ⑦ 斧を研ごう！(忙しいからこそスキルが必要なのだ！)

- ある所で仕事熱心なきこりがありました。朝から晩まで働きづめの毎日を送っていました。しかしながら、今ひとつ仕事の効率が悪いように感じた監督がきこりが使っていた斧を見たところ刃先が磨り減って丸くなっていました。監督はきこりに「斧の刃を研いだほうが良いのでは・・・」とアドバイスしました。きこりはこう言いました。「忙しくて斧の刃を研ぐなんて出来ません」と。
- 有る企業で仕事熱心なSEがいました。いつも客先の仕様の変更等で忙しい毎日を送っていました。ある日上司からアドバイスを受けました。「ビジネス・スキルを身につけたら・・・？」

あなたはこのようなきこりになっていませんか？

ソリューション・ビジネスを進める上で必要なスキルの習得は、仕事の一部として計画に組み込むようにしましょう。

# Skill for Solution Business の体系



# 2006年度:ビジネス・スキル研修日程一覧

コース名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
BSW 2日間コース 5日間コース	-	-	-	新入 社員	-	-	-	-	-	-	-	-
SPIN (質問技法) 2日間コース	-	① 9/10	② 23/24	-	-	-	③ 6/7	④ 22/23	-	-	-	-
LS-1 実践！リーダーシップ 2日間コース	-	① 16/17	② 30/31	-	-	-	③ 13/14	④ 24/25	-	-	-	-
SBM (宮沢百貨店) 2日間コース	26/27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CPC 対人スキルの向上 1日コース	-	-	-	-	-	-	①11 ②12	-	-	-	-	-
プレゼン クリニック 半日コース	-	① 22	② 22	-	③ 10	④ 7	⑤ 20	⑥ 16	-	-	-	-
図解・フローチャート 入門 1日コース	-	① 15	② 15	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VBS 2日間コース	-	-	-	未 定				-	-	-	-	-
SSN ネゴシエーション 2日間コース	-	-	-	未 定				-	-	-	-	-
その他	-	シュガー キャンプ (RSD)	-	-	-	-	-	-	Newman Review	-	-	-

- コース開催は年度の前半に設定してありますが、申し込みが多い場合や、特に要求があるものについてはQ3、Q4に追加で実施いたします。
- 「図解・フローチャート入門」・「CPC（対人スキル）」のコースは本年度より実施いたしますが、要望があれば追加の開催を実施いたします。
- 大阪・福岡の地区単位やBU単位、又はチーム単位での研修の出前に応じますのでご相談下さい。（5人以上）  
（インストラクター1人の日程調整で費用・時間の大幅な節約になる利点があります）

**コース名**

**BSW(Business Skill-Up Workshop):Solution Business 入門**

<b>日数</b>	2日	<b>形式</b>	講義/Work-Shop	<b>インストラクター</b>	大竹 (RSD)
<b>対象</b>	営業・SE CE	<b>受講資格</b>	ビジネス経験1~20年	<b>定員</b>	12~20名
<b>コース目的</b>	・プロダクト経済からサービス経済に移行する中でSolution Businessの理解 「何を売るか？」ではなく、「何を解決するか？」への意識転換				
<b>コース達成目標</b>	①、Solution Businessの基本：「信頼関係」の構築の重要性を理解できる ②、顧客が求める営業・SEの能力・資質を理解する ③、Solution Businessのプロセス（NCR 5ステップ）とニーズの発掘法の理解習得 情報収集のための「質問のスキル」と「積極的傾聴」、情報提供のための「FSB」話法 ④、①~③を通じ、プロダクト起点の「箱売り」から。顧客起点の「Solution Business」への意識・行動の変化を促す				
<b>コース内容</b>	<p><b>【第一日目】</b></p> ①、開講、 WS：「チーム問題チャレンジ40問」 ②、講義：「営業を取り巻く環境変化」 営業マン・SEに求められる能力・資質・スキルとは？ ③、WS：「紙コップの販売」（ロール・プレーイング） ・販売計画/面談/プロポーザル（提案書）/プレゼンテーション/講評				
	<p><b>【第二日目】</b></p> ①、講義&WS：「NCR ビジネス・プロセス-5ステップ」 Solution Businessの3要素、科学的・心理学的・伝統的販売階梯、 信頼の4要素、購買の4動機 ②、第一ステップ：「アプローチ」 「信頼の獲得」、興味の喚起、好感的注意、第一印象の重要性、三角理論 ③、第二ステップ：「サーバイ」 問題発見、課題の抽出、価値の分析、質問のスキル（Open/Close）、積極的傾聴 ④、第三ステップ：「プロポーザル（提案書）」 FSB+E、価値の表現、採用した結果をイメージ ⑤、第四ステップ：「プレゼンテーション」 見えない価値を説得、「H+SDS」、「KDD+H」から「JR」へ ⑥、第五ステップ：「クローズ」 契約はビジネスプロセスの帰結、ビジネスパートナーとして認められる事				
<b>コース説明</b>	●世の中プロダクトを中心とした経済から、顧客を中心としたビジネスに大きく転換しているが、多くの企業は今尚、その転換の途上で試行錯誤を繰り返している。 ●頭の中では「顧客中心」という言葉を理解していたとしても、実際の意識・行動が伴わない。 本コースではロール・プレーを通じてその点に気づいていただき、Solution Businessの本質を「NCR ビジネス プロセス-5ステップ」で実感し、理解していただくものである。 ●当初、営業の新入社員向けであったが、その後SE、CEのみならず、年齢に関係なく現状のビジネス環境への意識改革のコースとして実施回数をかさねている。				
<b>教材・他</b>	●オリジナル・テキスト ●ビデオ教材	<b>参考書籍等</b>	●「パートナーの営業法則」（ジトマ・中央精版） ●「セールスマンシップの先駆者・パートナー」（グイヤンド） ●「パートナーのDNA」（NCR/寺子屋）		

- 「最も自分に不足していると感じたのはサーベイに関する能力である。製品の売込みではなく、相手のニーズを引き出す事を意識しておくことで今までより良い対処が取れると思う」(SE: 3年目)
- 「徹底した正確なサーベイを行う事により、顧客の満足できるシステムを常に行う事ができる」(SE: 4年目)
- 「過去、営業のプロセスの存在もあやふやで、意識してこなかった。今後今の営業のプロセスはどの段階にあるかを絶えずチェックし、サーベイ、プロポーザル、プレゼンとタイミングよく進めたい」(営業: 中途入社)
- 「プリセールスという立場になって“何とか売らなければ・・・”という気持ちが大きくなり過ぎていて、ソリューション・ビジネスのベースになる信頼の獲得と言う所に目が向いていなかった」(SE: 12年目)
- 「お客様に信頼されるためには、基本的な態度や動作といったものから、“聴く技術”、“質問技法”等の重要性を再認識できた。更にコール前の綿密なプランニングによる情報収集能力の向上に尽力したい」(営業・10)
- 「Newmanの時に学んだSSWが如何に奥の深いものであったか、今回BSWを受講して改めて感じました。NCRのDNA、そこでセールスをできることを誇りに感じます」(営業: 16年)
- 「Businessのスキル習得は多分一生かかっても習得しきれものではないと思います。仕事上のみ起こりえるものでなく、日常生活の中でも常に起こっていることであり、一生かけて学んでいくものだと改めて感じました他のコースもぜひ参加させていただきたい」(営業: 中途)
- 「昨年よりSEからプリセールスをしておりますが、今日の研修を受講して、如何にきちんとしたサーベイに基づいた顧客志向の提案ができていなかったのだろうという反省をいたしました」(SE: 6年)
- 「最近ビジネスが変化し、既存顧客へのキープ&グロースをしていくのは営業で無く、PSの仕事だと言うお話がありましたが、最近既存ユーザーそのケースにぶつかり、その重要性に気付かされました」(SE: 6年)」(営業: 12年目)
- 「チーム内の功労・アラ・ミーティングや毎月のO/Lビューにおいて“何処に、何時、何を、いくらで売って納めるのか?”から始まる会議内容を“どの客の何の課題を、何時までに、どのように解決する計画なのか”と言う内容に変化させていきたい。」(LTメンバー)
- 「ますます客先の経営課題に踏み込まないと、モノは売れないと痛感しています」(営業: 9年目)
- 「RFP等で現行システムの問題等の言葉があると、TERADATAなら解決できるという技術的観点のみで売り込みに走る傾向が強く、表面に現れたマシン性能、機能の問題を課題と思い込み、客先にもそう思い込ませてしまう一面があった。しっかりとしたサーベイができていれば真の課題が見つけれ、NCR,客先も、より効果的なシステム構築ができてたのではないかと反省しました」(SE: 12年目)
- 「何を売るか?では無く、何を解決するか?と言う言葉が強くに残りました」(SE: 8年目)
- 「今後は顧客との関係を長期的に捉えて、プロジェクト終了後でも、顧客の課題解決をサポートできるようサーベイを行って、リレーションシップ型のスタイルで行動していく」(SE: 6?年)
- 「顧客が主体でSolutionを売る新しいビジネスの変化をよく理解することができた」(CS: 7年目)
- 「今回のサーベイにおける質問技法、積極的傾聴などの顧客の問題を掘り下げ、引き出す大切さを再認識した。既存顧客のビジネス・チャンスを見逃すことがNCR最大の損失だと思います」(営業: 15年目)
- 「以前、SPIN、プレゼンクリニックを先に受講していましたが知識が点としておかれただけでしたので、今回のBSWを学んだお陰で線として結ばれました。苦手としていたプレゼンについても、従来は特に準備など行っていなかったため苦手であった事に気付きました。今後十分な準備を行って実戦に役立てます」(SE: 17?年)を持っていくわけではない」(CE: 18年目)
- 「目からうろこであった。もっと早くこのコースを受講していれば・・・と痛感した」(CE)
- 「私の営業スタイルはプロダクトそのものであった。過去、何故売れなかったか、冷や汗が出るほど思い知らされた。売り手の都合ばかりお客様に押し付けていたのでは信頼は得られっこない。反対のこともばかりやっていた」
- 「(常駐だが)実際の客先の経営課題を解決するためのSolutionを提案しようと言う意識が無かったので、今後は顧客とのコミュニケーションのとり方に注意し、問題と課題を切り分けて行きたい」(SE: 15?年)
- 「BSWでSolutionという言葉の意味が自分の中で大きく変わった。お客様に私個人がモノ、仕組み、アイデアを提供するのではなく、お客様のパートナーとして共に考え、行動することなのだと思った。ビジネスの基盤は信頼関係であり、その為に自己の人間の魅力をスキルとして磨き続けて生きたい」(営業: 新入社員)
- 「NCRの長い歴史の中で一貫してきたのがチームワークとお客様からの信頼の獲得と、相互満足の実現であると感じた。多くの企業が現れ、消えていく中で120年のNCRの歴史を支えてきた3つにキーワードだと思う」(営業・11)
- 「本コースは営業・SEに限らず、全社員が受講すべきである。部下は全員受講させたい」(LT)
- 「SPIN、プレゼン等のスキルアップの研修にも自ら進んで学習するようにしていきたい」(SE: 7年)
- 「ビジネスに対する考え方、サーベイスキル、プレゼンスキル等コースの中にさまざまな要素が取り入れられていて非常に参考になりました。特に顧客との対話方法が重要だと感じた。(SE: 14年)



コース名

SBM (Strategic Business Mind): 「宮沢百貨店」

日数	2日	形式	Work-Shop	インストラクター	大竹 (RSD)
対象	営業・SE CE	受講資格	ビジネス経験1～5年	定員	12～20名
コース目的	・実際にあった商談内容を基に、現場ビジネスの全体像を学び、今後の営業・SEとしての自己の行動のあり方を考察する				
コース達成目標	①、営業部員、SEとして顧客戦略立案・管理能力の重要性を認識出来る。 ②、 // 必要なスキル・能力・資質について理解し、向上のための行動計画を立てる。 ③、 // チームによる情報整理・分析・問題解決の手法を身につける。 <K・J法を用いチームによる問題分析・解決を実習> ④、 // ビジネスにおける戦略的なマインドの向上を計る。				
コース内容	ーツールブック「宮沢百貨店」を教材とし、コース参加者主体に討議方式で行う。 ー又、マニュアル「チームによる問題整理と問題解決」を用い、チーム参加・運営方式を講義する。 ーコース参加者は3～4人/1チームとし、K・J法を用いてファシリテーターから与えられた課題について決められた時間内に分析、検討、まとめ、発表、総括を行う。  <課題・1> 「登場人物の人脈図（相関図）の作成」ーNCR版“VBSのFOXハジィグ” ーキーマン、ライトマン、インフルエンサー、情報流通経路、指示報告経路等の図解 <課題・2> 「先行・F社の失敗の原因の分析」 ー顧客の視点、営業としての視点からの考察、 <課題・3> 「顧客の心の揺れの時系列分析」 ー激しい商談の中で揺れ動くキーマン、ライトマン、インフルエンサーの心の軌跡の分析 <課題・4> 「本商談を通じて営業活動上、最も重要なものは？」 ー混戦を制した営業活動、スキル、能力、資質は何か？3つ挙げよ！ <課題・5> 「客先コール前、コール後のアクションについての考察」 ー戦略的コール、コールメモの重要性、情報共有ツール、PLAN-DO-SEEサイクル <課題・6> 「（営業）リソースとその利用法、目的、タイミングの分析」 ーF社、H/N連合の（営業）リソースの活用状況、我々のリソースは？（棚卸） <最終課題> 「明日からの私の営業・SEとして心懸ける事・・・行動化計画」				
コース説明	●RSDの「宮沢百貨店（仮称）」で実際に有った商談内容を、担当営業の詳細なコールメモを殆ど手を加えずにツールブックとして編集して用いる。ストーリーとしては、ある地方百貨店・「宮沢百貨店」を舞台に自社クレジットシステム構築の商談で先行するF社に対し、NCRはH社とジョイントして激しい戦いを繰り広げ、2転3転する混戦を制し契約を獲得するに至った3ヶ月の全貌を詳細・余す事無く記述したものを用いる。 H社とのCollaboration（連携）、情報収集と分析、人脈、リソースの活用、チームワーク、熱意、信頼関係、戦略的コール等・・・メーカー同士の総力戦の中での営業活動にとって、興味深いものがちりばめられ、受講性にとっても疑似体験を通じて今、求められる営業としてのスキル・能力・資質について考察・気づきが効果的に出来る内容となっている。				
教材・他	●オリジナル・テキスト ●ポストイット	参考書籍等	●「問題を整理し分析する技術」（日能協コ）		

- 「販売＝ソリューションの達成は営業とSE、サポートが情報共有を行い、適切な分析と意思決定の下に行動する事の重要性を学んだ」(Newman:SE)
- 「私は最近の仕事で重大なミスを起こしてしまいました。今回WorkとJobの違いを教えていただき、そのミスの原因は自分自身にあり、与えられた仕事をJobからWorkに引き上げていなかった事が分かりました」(II:SE)
- 「今回の研修で改めてチームの大切さを実感しました。一人で考えるよりも何人かのチームメンバーで考えれば1+1が3にも4にもなることを実感しました。」(II:営業)
- 「SEはシステムサービスを売り物にするのではなく、信頼を売るんだと言う事が最重要だと気付かされました。又、キーマンを的確に見つけ出し対応しなければならないと思いました」(II:SE)
- 「Newmanとして日々の業務をこなしていく中で忘れかけていたものや、ただ単に言われた事をこなすだけになっていたことに気付かされました。適切な目標を設定し、それに対して自分が今何が出来るかと考えるという事を実践していきたいと思います。初心にもう一度戻ります」(II:SE)
- 「今回このコースを受けてみて、新たにチームワークの力と重要性について認識できたように思います」(II:SE)
- 「現在のCSを見ていますと個々の部門がどのような方向で進んでいるのか全く分かりません。私がこれからどうしたいかという抱負を述べます。価値あるサービスの提供を目指します。お客様にとって価値あるだけでなく、NCR、自分自身にとっても価値あるサービスです。・・・古きよき時代のNCR内で育てきた『創造的販売』と言うものを実現できれば・・・。THINKしなければならない」(II:CS)
- 「私の部署では情報共有がきちんとされていなかったために、小さな障害が大きな問題になってしまったことが多々ありました」(II:CS)
- 「ビジネス活動をしていく上で、社内外を問わず、信頼されることが非常に大事だと感じました」(II:SE)」
- 「ビジネスにおいて情で動くのは良くないとずっと思っていました。でも人と人の付き合いにおいて、情抜きでは多々語れないことが分かりました。私は大切な人のためには何でもしたいというタイプなので、自分の大切なお客様のために・・・という自分の情を利用して頑張ります」(II:SE)
- 「今、自分がチームのために何が出来るかを考え、自分の役割を明確にし、One for All の精神で仕事をしていく必要があると感じました」(II:SE)
- 「今回の研修を通じ、お客様から信頼を得ることの重要性を再認識しました。現在担当しているお客様からの信頼は薄く、今後仕事をする上で自ら考えて行動し、お客様の信頼を回復させて良いシステムを構築できるように、頑張ります」(II:SE)
- 「新人研修ではビジネス活動に対してやる気を高めても、すぐに現場に出ることが出来ず、ストレスを感じていました。しかし今回は自分の仕事に戻り、すぐに行動できるので、研修成果を生かせそうです」(II:CS)
- 「(現代の情報戦を)昔の戦に例えるとDataの量＝兵の数、Dataの質＝兵の質・強さ、付加価値の創造＝戦略の創造です。いくら強い兵士がいても、兵器があってもこれらを使いこなさないと意味が無い。Data＝兵とTool＝兵器を使って戦略を創造し、回りの者がビックリするような戦いが出来るような人物になりたい」(II:営業)
- 「現在私が取り組んでいるプロジェクト内においても、情報協力が出来なくて、お客様に不信感を持たれてしまう事がありました。ここでもう一度認識できたことを、プロジェクトに影響を与えて行きたい」(II:営業)
- 「正直なところ受講する前は自分はSEと言う事で、営業的なスクールを受ける意味があるのかと疑問視していましたが、KJ法など利用価値のある内容が豊富であったので非常に良かったと感じている」(II:SE)
- 「分析の仕方、問題点の抽出の仕方、KJ法、チームで作業すること等、学んだ事をこれからの業務で生かしていきたい。いろんな刺激を受け、自分自身を改めて見つめるいい機会になりました」(II:SE)
- 「業務を徐々に離れ、こういった機会を持たた事は大変ありがたいと思います。これからはこのような場面が無くても、自身で自分を振り返る時間を設けねばと思います」(II:SE)
- 「新入社員の私にとって非常に勉強になりました。今後このような研修の機会を後輩はもとより、先輩方にも作ってください。OJTリーダーが非常に興味を持っていました」(II:SE)
- 「気づきの再認識！ただ仕事をこなすのではなく、もっと考えて行動する！」(II:SE)
- 「顧客の信頼を得るために何をどうするのか？自分で考えて行動するという意識を高めることが出来た。ここで学んだツールは今後、プロジェクトに積極的に参加するために十分活用できる」(II:CE)
- 「客先コールにおける人物・状況把握・情報共有・リソース活用に活用できる。家に帰ってもう一度整理し、来週から使っていこうと思う」(II:営業)
- 「コールメモを発信すると、自分ひとりで考えている解決策よりもはるかに上回る情報を提供してもらえて、それを提案につなげるなど出来ました。コールメモに関してはスピーディーに関係者に流し、情報共有して、営業活動を高めて行きたい」(II:営業)
- 「営業の仕事の流れが分かりました。とかく周囲が見えなくなってしまうがちですが、周りが見えるようになったと思います。初心を忘れていた自分に気付かされました」(II:SE)

コース名

SPIN（質問技法）：(Basic)

日数	2日	形式	講義/Work-Shop	インストラクター	大竹（RSD）
対象	営業・SE CE	受講資格	ビジネス経験4年～	定員	8～15名
コース目的	・我々のビジネスは顧客の課題(目標・計画)の達成のサポート(提案)であり、顧客の理解なくして最善のSolution提案はできない。顧客理解のための質問技法は必須のスキルとなる				
コース達成目標	①、Solution Business (ソリュティヴ・ビジネス) の理解 ②、大型商談の特徴の理解とチャレンジの意識づけ ③、SPIN：4つの質問の理解と習得 問題発見、課題への転化、「潜在ニーズ」と「顕在ニーズ」 ④、製品・サービスの効果的説明方法 FSB+R				
コース内容	<p><b>【第一日目】</b></p> ①、開講、 WS：「チーム問題チャレンジ40問」 ②、講義：「Solution Businessの基盤＝信頼関係」 基本的ビジネス・プロセス、「情報とは?」、「小型商談と大型商談」 ③、講義・WS：「基本的な質問技法」 「潜在ニーズ」と「顕在ニーズ」。「問題」と「課題」 「Open質問」と「Close質問」、質問を武器に、「積極的傾聴」のスキル				
	<p><b>【第二日目】:『SPIN研修』</b></p> ①、講義&WS：「質問技法“SPIN”」 SPINの構造、その流れ、戦略性 ②、潜在ニーズの発掘 状況質問 (Situational Question)と問題質問 (Problem Question) ③、顕在ニーズへ発展 示唆質問 (Implication Question)と解決質問 (Need Pay-Off Question) ④、FSB+R話法 プレゼンの基本。顧客の立場に立った提案ストーリー ⑤、WS：「SPIN演習シートの記入(営業)」or「SPIN・シュミレーション」 ⑥、WS：ロール・プレーイング 「NCR コピー機を売り込め！」 「宮田エレキパーツ」、「小川学習塾」 ⑦、まとめ、感想、アンケート				
コース説明	<p>●本コースはおよそ10年前に若手営業マン・A君の悩みから開発されました。A君はいつも上司、先輩から「お客様の問題を聞いて来い!」、「ニーズを聞き出してこい!」と指示を受けていたのですが、何をどう具体的にやったらよいのか分からないと言うことであり、上司・先輩に聞いても今ひとつ納得できる説明をしてくれないと言うものでした。                  そこで当時、米国のIBMや3M等の大手企業で取り入れられつつあったSPINに目をつけ、研究し、独自に開発したコースがこのコースです。(米国NCRでの導入はその数年後でした)</p> <p>●世の中、Solution Businessへの移行でようやくこのSPINにも脚光が浴び始め、日本でもF社、Z社等大手IT関連企業でも導入されつつあります</p>				
教材・他	●オリジナル・テキスト ●ロールプレー教材 ●ビデオ教材	参考書籍等	●「聴く技術」(古淵元龍著・ダイヤモンド社) ●「SPIN式販売戦略」(ニルマックラム・II)		

- 「NCR内でSEの役割が拡大している動きを知った事は非常に意味のあることであった。特にIBMが上流工程を押しさえ、NCRがその下働きになってしまう可能性のある状況には非常に危機感を抱いた」(SE:7年目)
- 「“もったいないことをしてきたなあ”と言うのがこのコースを受けた率直な感想です。今まで如何に漫然とお客様の話を聞き、ミーティングを過ごしてきたかを実感しました」(SE:4年目)
- 「SEと言えども積極的に提案やSales活動に参加していかなければならないと感じました。顧客の奉公を向いていないSEでしたが、今後は顧客と積極的にコミュニケーションを取れ、顧客の潜在的なニーズさえも掘り起こせるように活動していきたい」(SE:10年目)
- 「お客様との信頼関係を構築し、お客様から相談を持ちかけられるようになりたい。私の活動によってNCRもお客様もハッピーになれるようなビジネス活動を行なって行きたいと思います」(SE: ?年目)
- 「現在幸いにもお客様のところで作業させていただいており、普段よりもお客様と会話できる回数は多いです。今まで気付かず、見過ごしていたかもしれない事項をできる限り拾って行き、お客様とのコミュニケーションを更に深め、改善案件や新規案件等ビジネスに結び付けて生きたいと思います」(SE:10年目)
- 「現在の自分の活動を考えると客先に行く前の時点から“TERAを売る! OOというパッケージを売る!”という意識が頭にありすぎたと感じました。従って客先から顕在ニーズを聞き取る前に商品説明になってしまい、結果、パンチ不足の提案になっていたと思います」(SE:8年目)
- 「TD-FDWではここ数年、物が売れていない既存顧客(ユーザー)が多数あります。そういった客先には尚更従来型の“Product Sales”は通用せず、今回のSPINで学んだアプローチ方法が重要である。塩漬け客先の最開拓のためにも、Account Plan (SPIN戦略シート)を作成し戦略的に臨みたい」(SE:8年目)
- 「問題質問や示唆質問に関しては、お客様に失礼に当たるのではないかと恐るから出来ていなかった。これからは怖がらずに思いついたことはどんどん質問しようと思います」(営業:15年?)
- 「SPINは顧客を誘導するテクニックであるような説明はまったく無く、顧客との信頼の獲得を前面に出した素晴らしいものと感じました。SPIN戦略ワークシートはアカウント戦略並びに戦術を立てる上での思考プロセスそのものに思え、今後は是非使って行きたいと思います」(営業・中途)
- 「論理的にSPINを学習することにより、これまでのビジネスの進め方で弱点がどのようなものか?を理解する事ができました。ぜひ実戦で生かし、今後のビジネスを優位に進めて行きたいと思います」(PS:MGR)
- 「情報収集不足が大きな課題の一つであった。お客様から何を聞くべきか?どのように聞くべきか?といったところで非常に悩んでおりました。本日のSPINでは事実の質問-考え方の質問-ニーズの顕在化という大きな流れを学びました。自分のものにしたいと考えました」(営業:3年目)
- 「今までは客先の潜在ニーズを探るところまではある程度できていたと考える。しかしその潜在ニーズを顕在ニーズに変えるためのアクションは出来ていなかったと反省しています」(SE:10年目?)
- 「今まで何度か提案活動に関ってきましたが、全て営業の人の指示通りに提案書を作るという受動的な姿勢でした。振り返ってみると皆Benefitを打ち出そうとするが、その為の状況質問、問題質問が不十分なままで示唆質問・解決質問が始まり、お客様の本当のBenefitを把握できていなかったと思います」(SE:PM)
- 「直接的な提案活動の場以外でも、例えばお客様との雑談の中にも、我々のビジネスチャンスとなるお客様の“課題”というものがあります。お客様の“OO出来るか?”と言った質問に対して、Yes/No、もしくは、その解決方法を述べるだけではなく、『何故?』と言ったその先を『聴く』と言うことが少ないと思う。実際は課題は独立したものでなく、連鎖していてビジネスチャンスとなるはず」(SE:10年目)
- 「お客様との打合せ時、全ての不安・危惧を“課題”として受け止めず、先ずは“問題”として受け止め、項目ごとに“お客様と一緒に解決可能か?”の観点において改めて課題項目として認め合い、順位付けして対応していきたい」(SE:PM:20年目?)
- 「現場にいる事でニーズを引き出せる機会がたくさんあります。質問の仕方によっても大きく変わることがわかりました。お客様の強い信頼を得られるようになりたいと思いました」(SE:7年目)
- 「今までPSとして顧客に対して、提案して売上に貢献するという意識は低かった。今後ぜひSPINの技術を活かして提案したい」(SE:PM?)
- 「お客様が何気なく話す内容にも沢山の潜在ニーズがあることがわかりました。今思えば・・・と言うことがあり、今後ニーズを見逃さないようにしていきたいと思います」(SE:7年)

コース名

実践！リーダーシップ：SL-1

日数	2日	形式	講義/Work-Shop	インストラクター	大竹 (RSD)
対象	営業・SE CE	受講資格	ビジネス経験5～20年	定員	12～20名
コース目的	・変革の時代におけるリーダーシップの役割・機能を理解し現場で実践できるスキルを習得				
コース達成目標	①、大きく変化するビジネス環境の中でのリーダーシップの機能・役割を理解 「成長の担い手としてのマネージャー」、「変革の担い手としてのリーダー」 ②、「状況対応リーダーシップ (SL-1)」理論の理解 ③、リーダーシップの3大機能の理解と実践 リーディング (ビジョン)、コーチング、カウンセリング ④、チームとしてのパワーの再認識と気づきの持ち帰り				
コース内容	<p><b>【第一日目】</b></p> ①、開講 ②、WS：チームのパワーと限界の実感・再認識 「チーム問題チャレンジ40問」(チームの力の実感) 「船長の決断」(チームとしての意見の結集の難しさのII) 「渚の恋の物語」(チームメンバーの価値観・意見の違いの認識) ③、講義：「リーダーシップとマネジメントの違い」 ④、講義・WS「状況対応リーダーシップ」 「SL理論」、「リード診断表」、 ⑤、WS：「スタイル識別演習」(「ビル・スミス」、「川中係長」) ⑥、映像鑑賞：映画で見るリーダーシップ				
コース説明	<p><b>【第二日目】</b></p> ①、講義・VTR学習：「リーダーシップの機能」 リーディング (ビジョン)、コーチング、カウンセリング ②、講義・WS：「リーダーシップのパワー」 7つのパワーとは？ 自己のリーダーシップ・パワー分析、「神田技術員」 ③、ロール・プレーイング 「ある新入社員」、「あるヤングチームメンバー」、「あるITエンジニア」、他 ④、講義：「動機付け」理論 テラーの科学的管理法～マズローの欲求五段階 ⑤、まとめ 受講生感想、アンケート				
コース説明	<ul style="list-style-type: none"> <li>●現代のビジネスにおいてはその仕事も、プロジェクト型に変容し、縦横方向の影響力の発揮が必須となり旧来のピラミッド型の上意下達のマネジメント手法では通用しないケースが増えてきています。例えば仕事上の必要性から関係会社や客先担当者に命令・指示を出せませうでしょうか？従来のマネジメント手法に替わって、リーダーシップのスキルが必須な時代となりました。</li> <li>●本コースは米国の大企業で導入されている「SL-1 (Situational Leadership-1)」理論をベースに構築されたコースであり、ビジネス現場で即実践できることに主眼を置き、コースの60%以上を占めるWS、ロールプレー等、実践的な内容で構成されています。</li> <li>●営業・SEの中堅以上の方を対象としていましたが、入社3般年目の方からも「非常に有効・・・」との評価を得ており、意欲のある方はどんどん参加して頂きたいコースです。</li> </ul>				
教材・他	<ul style="list-style-type: none"> <li>●オリジナル・テキスト</li> <li>●事前アンケート</li> <li>●ビデオ教材</li> <li>●専用シート類</li> </ul>	参考書籍等	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「状況対応マネージャー」(ポール・ハーツ)</li> <li>●「行動科学の展開」(II)</li> <li>●「一分間リーダーシップ」(K・ブラザーフォード)</li> </ul>		

- 「このコースは自分にとって未だ早く、必要ないのではとの疑問があったが、実際には現場で自分が直面している問題と直結していた。受講できて良かった」（営業：5年目）
- 「聴くと言う事の重要瀬を再認識した。実際に10月から客先との仕様検討が始まるが、プロジェクト運営に当って実践して行きたい」（SE：15年目）
- 「仕事上だけでなく、プライベートの中に当てはめて考える事が出来、非常に分かりやすく、面白かった。今後お客様を引っ張って行けるSEになりたい」（SE：3年目）
- 「私達のような若手にも非常に有効なコース。ある程度現場を経験した人ならば、誰にも当てはまる。多くの人に参加する事で、一層組織的に良くなると思いました」（営業：4年目）
- 「リーダーシップの話が良く出て難しく考えていたが、人間同士のコミュニケーションの自然な道理であり、納得できるコースでした。今後外部ソフトハウス、後輩、客先に対して有効に活用していきたいし、家でも子供に対する接し方の変化があると思う」（SE：16年目）
- 「プロジェクト遂行の為に人望を意識していきたい。もちろんこれは一朝一夕にして身に付かないものであるが、今後一番気を付けて行きたい」（営業：15年目）
- 「リーディングとマネージングを混同して理解していた。受講して今までの自分の行動がチームにとって適合してなかった事を反省させられた。今後はこのSL理論でリーディングの実践を心掛け、必ず最強のチームを作り上げたい」（SE：20年）
- 「SL理論は本当に目からウロコでした。現場で実際に活かしたいと思います」（11）
- 「上司・部下・プロジェクト・客先等、日頃より様々な人間関係の中でビジネスを行っているが、どの関係においてもリーダー行動（S1～S4）と、相手のレディネスを合わせることを意識して活用して行きたい」（営業：12年目）
- 「プロジェクトを進める上でのメンバーとの接し方を考えた場合、ビジョンを明確に持ち、示すという重要性に改めて気付かされました。今後実践していきたい」（SE：18年目）
- 「メンバーの育成や、対応等、プロジェクトリーダーとして仕事を進めていくのに役に立ちます。どうすればチームとして成長していけるか？多少なりとも分かりました」（SE：7年目）
- 「リーダーシップというものは最初から存在するのではなく、フォロアーが決めるものであるということを知った。又、ビジョンという強い想いが周囲を動かす事を学んだ」（営業：6年目）
- 「現在、OJTリーダーをしているが、非常に良いタイミングでした」（SE：14年目）
- 「プロジェクトの中にスキルの高低や意欲の有無、価値観の違い等様々なメンバーがいて、これをいかにワンランク上げるかがチームの課題でした。レディネスとリーダー行動の関係を学んだので、今後現場でリーダーシップを発揮できると感じた。」（SE：7年目）
- 「リーダーシップの取り方は常に一定ではなく、フォロアーのレディネスによって変化すべきであると言う事は、大変勉強になりました」（営業：7年目）
- 「今は移動してきたばかりでチームで一番下の立場ですが、上司・先輩の生きたリーダーシップを観察して身に付けて行きたい。思い当たる事が多かったと思います」（SE：3年目）
- 「リーダーシップはチームのメンバー一人一人が自分の分野で取っていく時代。リーダーは全ての知識スキルを持っているわけではない」（CE：18年目）
- 「部下の育て方に悩む場面があったが、対応の幅や接し方を変えるタイミングが分かった」（営業：22年）
- 「伸び盛りの若いメンバーが多いので彼らのレディネスを見極めながら、勇気を持って仕事を任せて見ようと思う」（SE：21年目）
- 「リーダーシップが時代の要請である事が十分理解でき、今後の自分の営業スタイルも変えていくべき事が納得できました」（営業：14年）
- 「今までの自分のスタイルがS2であり、メンバーの意見、意欲を押しつぶしてきたかも・・・」（営業：24年）
- 「自分の今までの経験をベースにしてリーダーシップを発揮してきたが、時として押し付けや感情が大きく入り込んでいたように思えます。今後自分自身でどのように身につけていくか大きな課題として取り組みたい」
- 「本コースは必ずしもリーダーやリーダー候補だけでなく、営業であれば社内各部へのリーダーシップが必要なので、広く開放してもいいのでは・・・？良いフォロアーの育成も重要です」（営業：12年）
- 「“人は理屈では動かない”を肝に銘じて、相手の感情に働きかける技法・話法は今の私のレベルからは程遠い高いレベルだと思いますが、私の課題として取り組んで生きたい」（BOD・26年）
- 「私の担当するチームには各人が専門分野を持っていて下手をすると、それぞれが別のベクトルに動いてしまう可能性が高い。グループのビジョンを明確に示してそれを共有する必要性を改めて感じた」（営業推進担当）
- 「現在のプロジェクトの問題点として“目標のあいまいさ”、“指示の仕方ガウマクナイ”、“メンバーの意欲が把握できてない”と言った点に気付かされた。今後は目標を明確にし、コーチング、カウンセリングによって意欲の効用を図り、チームを立て直したい」（SE/PM：中途）

コース名

プレゼン・クリニック : (半日コース)

日数	半日	形式	講義/Work-Shop	インストラクター	大竹 (RSD)
対象	営業・SE CE	受講資格	ビジネス経験2年～	定員	6～12名
コース目的	・ Solution Businessの最前線では、目に見えない付加価値を顧客に認めてもらうための手段としてプレゼンテーションが必須となり、そのスキルを理解習得してもらう				
コース達成目標	①、Solution Businessにおけるプレゼンの重要性の再認識を行う ②、プレゼン成功のための道筋を理解 ③、プレゼン成功のための法則：「JR」 コミュニケーションの3要素：93%が勝負 ④、VTR撮影による気づきの促進： お客様から見た自分のプレゼンを録画し、評価・実感し課題を持ち帰る				
コース内容	①、開講、 ②、実技：「VTRでプレゼンの録画：一回目」 プレゼンを全員録画し、巻き戻しての検証、 新入社員（入社2週間目）のプレゼンとの比較 ③、講義・WS：「第一章：プレゼンが何故重要に？」 見えない付加価値を//説得？ 人をどう動かすのか？ ④、講義：「第二章：プレゼン成功の方程式」 聴衆の分析、構成（H+SDS）、内容、FSB+E、事前準備 ⑤、講義・WS：「第三章：プレゼンを成功に導くスキル」 プレゼンの3要素（メラビアンの法則とは？） ボディ・ランゲージ （Show-See-Speak, Look-Smile-Talk, One Sentence/One Person） 資料の視覚化、事実・数値・事例・統計資料・比較・実物・写真・動画・他 質疑応答、失敗の方程式（べからず集） ⑥、実技：「VTRでプレゼンの録画：二回目」 基本スキルを用いてのプレゼンwp録画、巻き戻しての検証 一回目とも比較における印象・練習成果の実感 ⑦、講義・実演：「デジタル・プレゼンテーション入門」 ・「視覚に訴えよ!」、・「Power Point5つの肝」・「事例：NCRの紹介」 視覚化、カラー化、アニメーション効果等の基本 ⑧、まとめ、アンケート				
コース説明	●プロダクトからSolutionにビジネスがシフトすることで、顧客の最終決断の局面では、従来のMCデモにかわり、プレゼンが主流になってきています。更にそのプレゼンターも営業ではなく、SE、CE等の専門家という指名が多くなってきました。プレゼンの最終目標はこちら側の意図・意思を正しく理解・納得して頂き、同意して決断・行動を起こしてもらうことにあります。今後ますますプレゼンの重要性は高まって来る事を考えますと、是非ともスキル・アップしなければならないものでしょう。 ●過去、NCRでは2泊3日コースでのプレゼン研修コースがありましたが、昨今の超多忙な営業・SE・CEの方々には無理な日程であり、何度でも気軽に出やすいクリニック形式のコースにしました。コンパクトなコースですのでプレゼンの基本を思い返したり、お客様から見た自分のプレゼン等の確認で何度でも参加可能なコースです。				
教材・他	●オリジナル・テキスト ●ビデオ撮影機器		参考書籍等	●「プレゼンテーションの説得方法」（富士ゼロックス） ●「プレゼンの鉄則・上級極意」（日経BP社） ●「// // 徹底活用」（//）	

- 「お客様への提案活動に携わっておりますのでその際に必ず役に立ちます」（SE：8年目）
- 「対客先、社内での発表の機会に応用したいと思います。間の取り方、時間配分、ジェスチャー等・・・SCの他の人たちにも受講させたい」（CS：25年目）
- 「プレゼンの内容以上にその伝え方が重要だと分かりました。常に聞き手の気持ちを感じ取る努力をします」
- 「半日と言う短期間でしたが、とても参考になりました。」（SE：5年目）
- 「これからはSEがセールスをしていかなければならないと思うので、プレゼンをする機会は増えると思います 今日、学んだことを思い出しながら、練習を重ねて身につけられればと思います」（SE：13年目）
- 「実際に最近は大入札時に営業ではなく、PMがプレゼンをすることが条件となってきており、昨年も1回実施しております。大変役に立ったと思います。リハーサルが大切だと思いました」（PM：20年?）
- 「SEとしても現場でお客様と話したり、プリセールスを行ったりと人と話す機会は多いので実践していきたい。ビデオで自分を撮って見るというのは初めはとても嫌でしたが普段は気付けない部分を気付くことができ、有意義でした」（SE：4年目）
- 「提案の機会が多いのでコミュニケーションのスキルとして応用できると思う。日常でも心がけていきたい。（半日という）短時間のコースはコンパクトで受講し易いです」（SE：15年?）
- 「仕様の検討を客先と共にすることが主な業務なので、客先への説明を行う時に、今日学んだ事を意識したいと思います。より良い交渉でプレゼンが出来るようにしたいと思います」（SE：13年目）
- 「相手に伝える、当たり前前を当たり前にする・・・というのは基本なのに自分では気付いていないことが多く、そのポイントを今日は教えていただいたので、毎日気をつけて活用したいと思う」（SE：6年目）
- 「自分のプレゼンの姿をビデオで見て、ああ・・・と思うところが沢山ありました。このような機会があれば是非又、参加させていただきたいと思います」（SE：6年目）
- 「立ち方、挨拶の仕方と言った基本的なところから、プレゼンによってお客様に納得一納得させるという当り前のことに注意しながら客先提案等に役立てて生きたいと思います」（SE：20年目?）
- 「最近行ったプレゼンを思い返すとゾッとします。準備と練習を怠らなければ自然に体・口が動くことを学べたので、今後のプレゼンなどには役立つ研修だと思えます」（営業：6年目）
- 「資料の準備、目的・話す内容等、相手の立場に立ったプレゼンを考えていきたい」（SE：10年目）
- 「入社当時からのプレゼンスキルの研修でしたが、今日はより実践できる立場として、沢山参考になる点を学びました。忘れないように練習して身につけます」（営業：12年目?）
- 「ビデオを見ると改めて自分の動作の悪い所が発見できた。頭で分かっているにもかかわらず実際に出来ていないことが分かり今後練習をつんで身につけて生きたいと思えます」（SE：5年目）
- 「プレゼンはまったく複雑なことではなく、いくつかの基本事項を守れば良い事が分かった。この少ない事項を確実に知り、JR（準備と練習）をキッチリこなす事から始めたい」（SE：7年目）
- 「より効果的なプレゼンにより顧客への説得が増すことが出来ると思う。」（営業：部長）
- 「今までは会社のリソースを如何に効果的にアピールするか?というところに重きを置きすぎてきました。聞き手の利益を考える!という姿勢を忘れずに取り組んで生きたいと考えます」（SE：15年目）
- 「ちょっとしたスキルでプレゼンの印象がガラリと変わることを体験できました」（SE：6年目）
- 「“プレゼンはプレゼント”という言葉が残っています。確かに相手の立場になって話をすることが必要です。現時点では目的のCSサービスを客先担当の営業さんに理解してもらうように利用したい」（CS：28年）
- 「プレゼン内容の高度化、PPT等のTOOLのマルチメディア化に伴い、今日のようなプレゼン・スキルのレベルアップは必須だと思います」（SE：26年）
- 「私はインダストリー・コンサルなのでプレゼンする機会が多く、今回のコースで気付かされる部分がとてもありました。今後は業務に大いに活用したいと思います」（SE：5年目）
- 「二日後に早速提案が控えております。今後も客先に対してプレゼンする事が多くあるはずなので、話し方や資料を作る上ででの注意など非常に参考になりました」（SE：13年目）
- 「本日、自分自身や他の受講者のプレゼンのビデオを撮影し、見たがごく簡単な内容を伝達するにも、基本に立ち返った姿勢・指先・声の強さ、アイボールコンタクト等、様々な点を見直すだけでかなりの効果、伝わり方の違いを改めて再認識させられました」（営業：20年目）
- 「客先への報告・説明等を行う際に有効と思われまます。もう少し早く受講できればと思いました。又、客先には電話でのコンタクトも多いため、このような場合にも有効に活用できると思えます」（CS：11年目）
- 「お客様への説明する機会が多くなってきており、本日受講して改めて足りない部分があることが分かった。今後の業務上、役立てるには先ず準備をより多く時間をかけて行うべきと考えました」（SE：7年目）
- 「今まで、プレゼンを行う上で製品の説明という点に力を入れていた部分が多かった。顧客が本当に必要としているものを知るための努力が出来ていなかった。そういった情報を得ることでプレゼンの内容は大きく違って来るし、話し方やボディラングージで顧客に与える印象も大きく変わると思う」（SE：10年目）



コース名

図解・フローチャート入門 :(+論理思考)

日数	1日	形式	講義/Work-Shop	インストラクター	大竹 (RSD)
対象	営業・SE CE	受講資格	ビジネス経験2年～	定員	6～12名
コース目的	・一流ビジネスマンの条件として過去は「文章力」であったが、現在では「図解力」に変化してきており、その原理・原則とスキルを体系的に学ぶ				
コース達成目標	①、現代ビジネスマンの必須スキルとしての理解と認識 ②、見えないValueの視覚化のための図解の基礎の理解と習得 ③、図解による論理思考（ロジカル・シンキング）の習得 ④、「KJ法」によるアイデアの抽出・整理・表現のスキルの習得 ⑤、デジタル・プレゼンテーションの基本の理解・習得				
コース内容	①、開講、 ②、講義：「第一章：Solution Businessと図解」 人間の記憶・理解・発想のメカニズム（右脳と左脳） 知覚機能別情報処理量 ビジネスマンの3大仕事の場面とは？（企画・創造、思考・理解、伝達・表現） 図解のメリット・効果 ③、講義・WS：「第二章：図解力を高めるために必要なスキル」 図形要素の使い方と図解のパターン、目的にあった図とグラフの作成 業務フロー、図解5つの鉄則、ビジュアル化のテクニック ④、講義・WS：「第三章：図解による思考力の向上」 VTR教材：「考える技術」（ビジネスに生かす論理思考）：帰納/演繹 実践スキル1：論理思考（ロジカル・シンキング）の手法 ・要素/構造/機能、MECE、3C分析、マインド・マップ、SWOT、他 実践スキル2：図で読み解く、図で理解する 実践スキル3：創造的思考・コンセプトを創る・概念の操作 ⑤、講義・WS：「実践！KJ法入門」 ポストイット利用の「KJ法」のステップ 実技：KJ法 ⑥、まとめ、アンケート				
コース説明 (開発の背景)	●NCRの創業者J・H・パターソンは絶えず「企業経営の医者たれ！」と唱え続けてきました。 Solution Businessの本質は『何を売るか？』ではなく、『何を（課題）解決するか？』にあり、直接目で見たり、触れたりする事のできない「価値(Value)」を如何に創造し、お客様に納得して頂けるように伝えるかが肝となります。 ●機械と違い、目に見えないValueを創造し、相手に明確に伝えるためには従来のスキルである「文章力」では限界があり、替わって「図解力」が求められてきております パソコンもWindowsのアイコンの登場、カーナビも道路の図解で一気にマーケットに浸透したように、文章や言葉に代わる「図解力」こそが現代ビジネスマンの必須スキルといえましょう				
教材・他	●オリジナル・テキスト ●ポスト・イット ●ビデオ教材	参考書籍等	●「図解・仕事の技術」（日本実業出版社） ●「図で考える人は仕事ができる」（久恒啓一・日経新聞者） ●「論理思考と発想の技術」（後正武・日能率コ）		

- 「お客様の不安やその解決のためのプロセスを資料化できそうです。またそれが我々の価値だと気づきました」（FSD/SE）
- 「現在所属部署のマーケティング戦略を練っており、そこで論理的な結論を出す事に活用できそうです。」（FSD/SE）
- 「図出表現する場合、色々なパターンがある事（例えば円、ツリー構造等）がわかった。パワーポイントの資料作成のテクニックは今後活用していきたい。」（H）
- 「客先の週例会においてほぼ毎週のように資料作成と説明を行っているが、限られた時間で十分な説明が出来るように図解とフローチャートを活用したい」（RSD/SE）
- 「プレゼン資料を作る方法、技術を知ることが出来た。これからのプレゼンに大いに活かしていけると思う。今回学んだ事を中心に勉強していこうと思いました」（RSD/SE）
- 「BSWで学んだこととあわせ、効果的にパワーポイントを使うことで、自分の伝えたいことが分かり易く伝えられる。又、ロジカルにまとめる事で納得を得られると思う」（RSD/営業）
- 「他人に自分の考えを理解していただける際の強力なツールとなる。ほんの少しの色使いでこんなにも受ける印象が違うのかを実感でき、非常に参考になった」（RSD/SE）
- 「確かにPCはWindowsのアイコンの登場、カーナビも3D表現、携帯も絵文字・写真・動画で一気にマーケットに広がった。文字よりも図解による表現は時代の流れである」（RSD/SE）
- 「日々課題を解決する場合において、体系的に分析するツールとして活用します。受講前はフローチャート入門でSE的な内容と思ってましたが、分析やアイデアの創造等で論理的・体系的使えるツールでした。」（RSD/営業）
- 「“SWOT分析”や“3C分析”、“BSC”等、最近専門誌で良く見るが、この枠に沿ってまとめていけば論理的なものに出来上がってしまう。“考え方”にもスキルがある事に気づかされた」
- 「コースのタイトルからは想像も出来ない量の“考え方”を多く学べた。伝える技術が非常に足りないと感じているのでタイムリーなコースでした」（NBS/SE）
- 「今後のプレゼン資料、提案書作成作業の参考になります。絵や写真等を使用した提案書の有効度が理解できました」（NBS/SE）
- 「図解の重要性や書き方等、興味深い内容でした。すぐに身につくと言うものではありませんが、今後提案書作成の作業で活かせると思います」（NBS/SE）
- 「今まで人に教わることの無いような図や記号の意味や使用法を理解できました。さらにKJ法を体験で気、非常に参考になりました」（NBS/SE）
- 「視覚に訴える図解化について学ぶことが出来ました。図解化や論理志向等、今後の仕事に活かせる内容でした」（NBS/営業）
- 「論理的に考える技術で“演繹”と“帰納”があったが、非常に勉強になったと感じました。」（H）
- 「基本的な図解（記号・大きさ・色等）の理解ができました。今までは自分なりに考えてやっていた（我流?）」（NBS/SE）
- 「分析で視覚的に訴える手法が明確になりました。論理的な日本語での表現のあいまい性が明確になりました。今まで利用していたものがルール化され、整理された思いです」（NBS/SE）
- 「論理（ロジック）の順序だてが学べました。図解・論理思考を明日から仕事で用いようと思う」
- 「図解による説明の必要性を理解できました」（NBS/SE）
- 「図解の大切さ、分析方法を実践しながらよく理解できました。個人的・仕事でも今後使っていきたいと思います」（NBS/SE）
- 「プロジェクトを進める上で、要素・構造・機能を整理し、方針を出すための手法・手順を知識として取得できました。実践にはかなりの訓練が必要だと思います」（NBS/SE<sup>7</sup> リアル）
- 「どのようにお客様に対して説明するか?いつも迷っておりましたが、テクニックを学べた事で巾が広げられればと思います。スキルですので繰り返し練習していきたいです」（NBS/SE）

## コース名

## CPC (ソーシャル・スタイル演習) : 対人スキル向上講座

## Communication Power-Up Course

日数	1日	形式	講義/Work-Shop	インストラクター	大竹 (RSD)
対象	営業・SE CE	受講資格	ビジネス経験2年～	定員	6～12名
コース目的	・顧客とのパートナー関係を築くことのできるコミュニケーション能力・スキルを身につける				
コース達成目標	①、Solution Businessを推進する上では対人関係能力の必要性の理解をする ②、対人関係の基本であるコミュニケーションの原理・原則の理解をする ③、人間のタイプ・スタイルの分析 (ソーシャル・スタイル) について学ぶ ④、各スタイル別特徴 (強み・弱み・他) の理解と自己分析を実施する ⑤、各スタイル別のコミュニケーションのとり方の理解する				
コース内容	①、開講、 ②、講義・WS：「第一章：コミュニケーション原理」 営業とSE・CEに求められる能力・資質・スキルとは？ 対人関係はスキルの世界？ 販売におけるコミュニケーションとは？ コミュニケーションのレベルと深化 ・レベル2：「共感」と「立場」 ・レベル3：「価値観」と「柔軟性」 ・レベル4：「基本的ニーズ」と「マズローの欲求5段階」 ③、講義・WS：「第二章：顧客の行動スタイル・PFCA」 ソーシャル・スタイルとは？ ソーシャル・スタイルの分析 (分析に用いる2つの軸は？) 4つのソーシャル・スタイルとその特徴 自己診断 (自己のスタイルは？ 苦手な人のタイプは？) 各スタイル別特徴の理解 (P型・F型・C型・A型) 教材ビデオ使用 スタイル・変換 (柔軟性、商談の入り方、バックアップ・スタイル、相性) ソーシャル・スタイルのビジネス場面での展開 如何に信頼を獲得/深化できるか？、アプローチのパターンは？ ⑥、まとめ、感想、アンケート				
コース説明 (開発の背景)	●現在、IT業界で問題になっているのは若手・中堅のSE、CEのコミュニケーション能力の不足・欠如です。 対人関係がうまく行かないと言うのも全てコミュニケーションの拙劣さからです。 本コースは対人関係に主眼を置き、如何に信頼を築いていけるかを考えていく中で開発されました。 ●人間誰しも対人関係でどうしても苦手なタイプの人が存在しますが、このコースの受講でその原因が明確に解き明かされる事によって苦手なお客様との対人関係構築に向けて新たな挑戦が生まれるでしょう、 ●大手企業ではマネージャー研修等で必須コースであり、多くの教育研修会社でのメインプログラムです。 NCRでも過去から500名以上受講している人気コースでありBSW、LS-Iと併用する場合もあります。 ●ソーシャル・スタイルにも多くの流派があり、WWW社の状況対応シリーズや「DISC」があります。 NCRの場合、診断等PCではなく、専用の用紙を開発して実践的なものを目指しています。				
教材・他	●オリジナル・テキスト ●事前アンケート ●ビデオ教材	参考書籍等	●「対人能力を伸ばせ」(産能大学) ●「管理者のリーダーシップ」(II)		

- 「ソーシャル・スタイルというものはじめて聴く言葉であったが、自分のタイプを知ってみて、当てはまる部分がかかなりあって信頼できるものだと思う。今まで合わないタイプは敬遠しがちだったが特徴を知ることであまく対処できるようになると思う」 (CS/営業)
- 「それぞれのタイプの基本ニーズを知る事で、的確に相手の欲求を満たすことは、円満な人間関係、ひいては信頼関係を構築する上で有効になるであろう」 (11)
- 「ソーシャルスタイルで先ず自分のタイプが分かり、不足しているところが再認識できました。自分の良いと思われる部分は大切に、弱みについては注意して行動していきたい」 (11)
- 「今回自分のスタイルが整理された。今後顧客の客観的なスタイル把握を行い、極力対応する事によって交渉・提案・相手の決断補助と積極利用を心掛けます」 (11)
- 「ビジネスの90%は人と人との関係であり、人間関係の難しさは永遠のテーマかもしれない。その前提で人間関係を築き上げるためにはソーシャルスタイルの把握と対応が必要条件である」
- 「自分の性格とスタイルが客観的に分析されたことで、自分の強みと弱みを知る事ができた。お客様担当者に対する対応にも、ある程度“読み”が出来る様になれば、お客様の満足を得る事が出来ますので、今後の提案、お詫び等に生かしてゆきたい」 (11)
- 「こんな分類があるとは初めて知りました。このスタイルを知った事により、今後の仕事、対人関係に大いに公私にわたって役立てて行きたい」 (11)
- 「ビジネスのベースは信頼関係が90%以上。人間関係が仕事の上では大切であるとの説明で、どのように信頼を得る事ができるか?“知識・スキル・人間的魅力”の3つを磨く努力をしていきたいと思う」 (11)
- 「相手によって自分のスタイルを変えることは、自己を偽る卑屈な行動と誤解していました。各固としたオブジェクトがある限り、相手の気持ちを尊重し、誠実で建設的な対人関係を構築するために、意識してスタイル変換を活動の中に取り入れます」 (11)
- 「ソーシャルスタイルの内容は面白いと言うよりも、驚きでした。更に会社の同僚だけの判定と、自分自身の判定との違いに驚きました。同僚の見る目と顧客の見る目が同じならば、こう対応すればうまくいくかも・・とちょっと明るく営業活動が出来る自信が湧いてきました」 (11)
- 「千差万別の顧客のソーシャルスタイルを見抜けるスキルを身につける事は重要で、それに合わせた対応を実践すれば、ビジネスの成功確率も向上するに違いない」 (11)
- 「商談を進めるに当たって相手のソーシャルスタイルを如何に正確に、早く掴むかが重要であると言うことが理解できました。実践の場での実行は難しいと思うが行動を起こそうと思う」 (11)
- 「ソーシャルスタイルの講義で自分の何がしか苦勞した体験と結びついて納得でき、「あの時の対応は・・・」と言う記憶がよみがえり、今後の現場での対応にかなり成果を上げることが出来る自信となりました」 (11)
- 「人のタイプによってのアプローチ方法を学んだので、ユーザーと商談する時には必ず頭に入れて対応していきたいと思う」 (NBS/営業)
- 「私自身はP型でしたが、特徴・強み・弱み等はかなり当てはまる点があったため、正直ビックリさせられました。それぞれのタイプ別の人間に対する「コミュニケーション」の取り方はこれからの営業活動に十分活用できるもので、プラスに持って行きたい」 (11)
- 「過去、自分が苦手な人を敬遠して来たが、その原因は相手にあるのではなく自分自身の対応の仕方が悪かったと気づきました。お客様にも苦手なタイプの人がありますが、今回その理由が理解できたので、再度チャレンジしていく勇気が湧いてきた」 (11)
- 「社会人として自分の苦手な人たちとも付き合っていかなければならない事が多々あると思います。その際にその人との関係を遠ざけるのではなく、如何にうまく付き合っていくか?その方法を見つづけるのに近道となるのがソーシャルスタイルだと思います」 (11)
- 「私自身、人付き合いはあまり得意な方ではないため、ビジネスの場だけではなく、実生活の場においても活用していきたいと思いました」 (NBS/SE)}
- 「入社して3ヶ月ですが苦手な方がいます。C型の方です。自分が変わり、データ等準備をして、合理的に話が出来るようにやってみます」 (NBS/営業)

**コース名**

**SSN (Situational Sales Negotiation) : 交渉力向上講座**

<b>日数</b>	<b>2日</b>	<b>形式</b>	<b>講義/Work-Shop</b>	<b>インストラクター</b>	Bay Group
<b>対象</b>	<b>営業・SE</b>	<b>受講資格</b>	<b>ビジネス経験2年～</b>	<b>定員</b>	<b>20～24名</b>
<b>コース目的</b>	・ Solution Businessに求められる要素を理解し、付加価値が生まれる顧客との接点での交渉のスキル・能力を習得する				
<b>コース達成目標</b>	①、価値を創造する交渉活動のあり方を理解する ②、顧客との信頼関係を強化する交渉のあり方を理解する ③、その為の戦略的な交渉の計画の立て方を学ぶ ④、交渉の強調的な側面を学ぶ ⑤、創造的に交渉を行うノウハウを学ぶ				
<b>コース内容</b>	<p><b>【一日目】</b></p> ①、開講、「SSNコースの位置づけ」 ②、ロールプレイング：Ⅰ ディスカッションと交渉原則 応用計画の作成 ③、ロールプレイング：Ⅱ 顧客応用計画の作成 行動スキル練習 戦略的行動計画の立て方/課題作成				
	<p><b>【二日目】</b></p> ④、ロールプレイング：Ⅲ 販売活動を促進する交渉活動一応用編 交渉における強調的な側面 行動スキル練習 ⑤、ロール・プレイング：Ⅳ 顧客と良好な関係を維持するための交渉スキル演習 応用計画の作成 創造的に交渉するノウハウ ⑥、まとめ、アンケート				
<b>コース説明</b> <b>(開発の背景)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●外部教育・研修会社「Bay Group社」のコースです。Solution Businessは「見えない付加価値」を如何に創造し、又顧客に伝えるかが肝となってきますが顧客がその価値を認めても、契約の前段階では価格や開発、支援、保守等の多くのハードルが立ちふさがります。如何にその付加価値を認めてもらい、GMRを大幅に下げず、双方で満足の行く条件を整えるための交渉力が求められます。</li> <li>●機能・性能というハードウェアの持つ付加価値は、同質化競争の中で価格は今後ますます叩かれる傾向にあります。Solutionという創造された付加価値の販売のためには優れた交渉能力が必要です。</li> <li>●交渉の原理・原則を学んだことない人と、学んだ人との実際の交渉を考えると寒くなります。</li> </ul>				
<b>教材・他</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●オリジナル・テキスト</li> <li>●事前アンケート</li> <li>●ビデオ教材</li> </ul>	<b>参考書籍等</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「〇〇に学ぶ交渉術」(幻冬舎)</li> </ul>		

- 「この（SSNの）内容を活かすことができれば必ず業績は向上する」（TD）
- 「効率的なビジネスプロセスを実施することが出来て、売上アップ、コスト削減等が可能になると思う」（II）
- 「商談の件数、成約数、利益率向上に影響する」（II）
- 「個々のスキルアップにより、より収益を上げることにつながる重要なことだと思いますので、すぐに実践すべきだと思う」（SMD）
- 「裏づけされた交渉スキルにより、不要な割引や交換条件の交渉が減り、結果プラスになると思う」（RSD）
- 「交渉力を強くすることで不要な妥協をしない。結果として利益を多くすることが出来る」（RSD/FSD）
- 「NCRと顧客でWin-Winの条件で契約できそう」（CS）
- 「たまたま悩んでいた契約交渉のヒントをいただきました。有効に活用します」（TD）
- 「顧客との交渉が友好的に進む気がします。全て友好的には思いませんが、その中で信頼を見出すことができると思います。結果的にそれが契約につながると思います。」（TD）
- 「情報を管理する、質問することを今回自分のテーマと考えて参加したので、得るところは多かった。今後ビジネスチャンスを逃さない事や、不必要な値引きで利益を減らすことを避けられると考えます」（RSD）
- 「非常に満足。交渉前の事前準備・計画の必要性が理解できた。自分が考える以上に情報が取れていない。あるいはヒントをに逃している。今後活用したい」（SMD）
- 「日頃の自らの取り組みを反省させられる内容でした。（客先の設定した価値を受け止めて競合的な交渉をしていた）。高い目標設定・顧客の要望ではなくニーズを満たすの2点を今後特に取り組んでいきたい」（TD）
- 「交渉を行う上で、具体的に何をするのかを明確に知ることが出来た。スクールを受けていなければ、今まで通り無防備に交渉を行っていると思います。現場で実践を重ね身につけていきます」（TD）
- 「客先又は社内の交渉はよく行っているが、今回、体系的・論理的にまとめられており、非常に勉強になった。交渉がワンパターンになっており、本当のニーズを見出していない自分が良く分かりました。少しでも実践していきたいと思う」（RSD）
- 「色々な事例にあわせて、具体的な例を挙げていただき、非常に分かりやすく、頭の中でお客先を想定しながらイメージを作ることができました。実際に客先にあわせて交渉の準備を進めていき、即実践で使用できることは非常に良かったです」（CS）
- 「日頃“交渉”は行っているが、準備・計画が不十分で相手のペースになってしまっていて、不必要な譲歩をした挙句、目標を達成できないと言うケースもままある。今回、体系的にそのテクニックを教えてもらったので頭の隅において、日々のビジネス活動に役立てたいと思う」（TD）
- 「今まで営業をしながら実際の交渉について体系的に考えたことが無かったので、今回はその良い機会となった個人的にはやはり質問を含む情報の管理と、ニーズが印象深い。自分でも弱いところがあると認識していたので見直しをして、交渉の現場で活かして行きたい」（RSD）
- 「交渉プロセスにおいて、具体的な気づきを得ることが出来ました。“目標を高く持つ”、“オープンな質問でニーズを捉える“等・”」（TD）
- 「ネゴシエーションのスクールはあまり経験が無かったので新鮮でした。自分の普段の交渉が貧弱なものだったと言うことに気づきました。事前準備も重要なことが分かりました」（TD）
- 「参考になりました。今までも準備して交渉に臨んでいたつもりでしたが、十分ではありませんでした。特に提案内容の価値・譲歩・交渉項目の準備に力を入れるように心掛けます」（RSD）
- 「営業のスキルは確実に向上するコース。会社の業績に及ぼすとした場合は社員全員の受講が必要。特にSE及びマネジメントクラスは必須」（RSD）
- 「このトレーニングは若手・中堅・シニア全ての方が受講すべきコースである」（SMD）
- 「営業対象のスクールになっていたが、SE・CEを対象にいれ、ネゴシエーションスキルをアップさせるのがよいと思う！」（FSD）
- 「普段“やっているようでやっていない“、“やっていないつもりでやっている”事が気付いた事が良かった全体としては普段の交渉が少なく意識して苦手部分を克服するようにしたので非常に疲れた」（RSD）
- 「計画と準備の重要性を認識できて良かったです。現場に戻ると普段の自分に戻ってしまいがちですが、意識的に実践することにより成功できるという自身が湧きました。」（TD）
- 「全体的に大変良かった。過去の自分の経験を改めて見直すことが出来た。特に失敗したケースを思い浮かべ、自分の不足していた点を再認識できた」（RSD）

（ 以 下 略 ）

**コース名**

**VBS (Value Based Selling) : 戦略的販売計画**

<b>日数</b>	<b>2日</b>	<b>形式</b>	<b>講義/Work-Shop</b>	<b>インストラクター</b>	<b>Holden社</b>
<b>対象</b>	<b>営業・SE</b>	<b>受講資格</b>	<b>ビジネス経験3年～</b>	<b>定員</b>	<b>20～24名</b>
<b>コース目的</b>	・Solution Businessの付加価値を顧客に販売するに当たり、客先内部の人的環境、競合相手をも考慮した戦略的プランの立て方を習得する				
<b>コース達成目標</b>	1. 現在のマーケットにおけるプロフェッショナルセールスの要件を理解する。 2. 「価値の探求」を通じて、ビジネス案件を分析する考え方を修得する。 3. 「価値の販売」を行うためのトータルセールスプランとその実施方法を理解する。 4. Value Guideの活用を通じて「価値の探求」「価値の販売」「価値の追跡」の実践を定着化させる。 5. 競合に強い、大型商談に強いセールス・チームの構築を目指す				
<b>コース内容</b>	<p><b>【第一日目】</b></p> ①コースオリエンテーション (VBSの位置づけ) ②新しいセールス環境とセールスの熟達モデル ③価値のオリエンテーション ④価値の探求				
	<p><b>【第二日目】</b></p> ⑤、価値の販売 ⑥、価値の追跡 ⑦、「Value Guide」による実践適用例 ⑧、まとめ、アンケート				
<b>コース説明 (開発の背景)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●外部教育・研修会社「Holden社」のコースです。 Solution Businessは「見えない付加価値」を如何に創造し、又顧客に伝えるかが肝となってきます。商談も大型化・長期化し、客先内部での組織力学、人的力学、SOTとの競合等、多くの障害事項を予測視、戦略的に推進していく必要があります。</li> <li>●NCRとしては比較的現場よりの中・小型商談が得意分野でしたがEDW、ERP等、商談自体が大型化・長期化・複雑化してきており、IBM等が得意とするトップアプローチを含めての戦略的な販売プランを立て推進していくスキルが必須です。</li> <li>●「Value Guide」に沿って考えをまとめていくことで、自己の営業戦略上の穴が見えてくるでしょう</li> </ul>				
<b>教材・他</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●オリジナル・テキスト</li> <li>●「Valu Guide」(HRD社)</li> <li>●事前アンケート</li> </ul>	<b>参考書籍等</b>	●		

- 「非常に有意義な二日間でした。Sales活動全般に活用できると思います」(TD/営業)
- 「大変参考になる、役立つスクールでした。方法論に則ったプリセールスを行っていきたい」(CS)
- 「セールス、新規案件のアプローチに大いに活用します」(RSD/営業)
- 「全て活用したい。特にグループで共有したい」(TD)
- 「本来の現場のアカウントチームで実施したほうが効果的と思う。別々にやるよりこのトレーニングの価値を現場のチームで体感・共有する方が最も重要だと思う」(TD)
- 「営業サポート時により適切なサポートを提供する」(FSD)
- 「機会分析で案件を冷静に見ることにより、ソリューション戦略をコンペ対策に使うことができると思う」(TD/NA)
- 「内容が多いので実際に使うには資料作成で時間がかかりすぎるため、簡易版があれば良い」(TD)
- 「今日、実案件の発表部分で頂いた意見を、早速来週から試したいと思います」(RSD/営業)
- 「新規案件や顧客開拓時に使用でき、活用できると思いますが、現在の自分の抱える客先・案件に関しては、少々不適合です」(RSD/営業)
- 「インサイド・アウトのアプローチが高い評価を得られるように書いていますが、現場はかなり大切だと思います」(RSD/営業)
- 「セールス活動においては、常に意識する内容だと思う。誰もが受講すべきだと思うし、早く受講すべき内容だと思う」(TD/営業)
- 「これまでお客様の現場レベルの方を中心にサーベイをしてきたのが主な仕事でしたので、今後は、現場レベルだけではなく、管理者層以上の方の動きやコールを意識して営業活動をしていきます(キーマン、FOXを意識する)」(RSD/営業)
- 「セールス・プランを立てる際にも目的、戦略を意識して、先輩と相談して状況確認しながらコールするようにします」(RSD/営業)
- 「戦略・戦術のコースとして有意義であるが、常に客観的なチーム活動を見ていく気持ちが無ければつい忘れがち(思い込みの営業)になるであろう」(TD/営業)
- 「考え方や現在行っている業務に完全に合っています。3日は欲しいコースです。又、3ヶ月後位にフォローアップ・コースを新設することを希望します」(TD/営業)
- 「顧客プロファイルの作成から、プラン立案までテンプレート的に活用できる点もあることが、営業活動において有効です」(TD/営業)
- 「新規のお客様のアプローチ、既存ユーザーの更なる信頼関係の構築にすぐ活用します」(RSD/営業)
- 「営業的にはVBSのコンセプトを無意識に日常の仕事で活かしていけることが重要です。そのためには先ず、直接・間接・分断・包囲というこの4点の戦略区分からチームで共有しながら、アクティビティをしていきたいと思います」(TD/営業)
- 「ターゲット客先についての戦略を、当手法を利用して見直すことで、より契約獲得の確度を高める事ができると考える」(FSD/営業)
- 「非常に有意義なコースであった。実践に是非活かしてみたいと思います」(FSD/営業)
- 「意識的には普段から頭の中で実践している内容だったので新鮮味はなかったが、体系的に学習でき再認識できたことは良かったと思う」(FSD/営業)
- 「今取り組んでいる案件で、足りないポリティカル戦略を実践したい」(RSD/営業)



コース名

シュガー・キャンプ : 若手営業マンスキルアップ研修

日数	2日	形式	講義/Work-Shop	インストラクター	大竹
対象	営業・SE	受講資格	ビジネス経験10年未満	定員	20~24名
コース目的	・若手営業マンの基本スキルの再点検を行い、スキル及び意欲の底上げを目指す				
コース達成目標	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 現在のマーケットにおけるプロフェッショナルセールスの要件を理解する。</li> <li>2. 自己のビジネス・スキルを再点検して、課題に気づく+行動化計画</li> <li>3. 先輩との交流によるNCRのDNAの継承</li> <li>4. KJ法実習によるスキルの習得</li> </ol>				
コース内容	<p><b>【第一日目】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①コースオリエンテーション（コースの位置づけ）</li> <li>②「BSW」振り返り：NCRビジネス・プロセス</li> <li>③テスト：基本知識・情報は身につけているのか？</li> <li>④コミュニケーション原理</li> <li>⑤ソーシャル・スタイル演習</li> <li>⑥先輩体験談・懇親会</li> </ol> <p><b>【第二日目】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①営業スキルの棚卸し BSW、SPIN、FSB、SSN、図解、プレゼン、他</li> <li>②「KJ法実習」</li> <li>③まとめ、アンケート</li> </ol>				
コース説明 (開発の背景)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●過去、若手営業マンのスキル・アップコースとしてNLCにて不定期に実施してきたコースです。</li> <li>●コース名はNCRの最初の営業マン教育の名称を用いました。</li> <li>●基本的にはスキルを中心とした気づきのコースであり、知識のトランスファー等行いませんし、営業のリーダー、MGRのスピーチも一切行いません</li> <li>●夜学として中堅営業マンのスピーチと懇親会を行うことにより、より身近に目標とすべき先輩像を作り、NCRの営業のDNAを継承する場を設けます。</li> <li>●昨今、個々のアクティビティの増加から、先輩営業とのコミュニケーションの不足が懸念されていますが単なる座学よりも、腹を割っての双方向コミュニケーションの方がより実戦的であり、効果的です。</li> </ul>				
教材・他	<ul style="list-style-type: none"> <li>●オリジナル・テキスト</li> <li>●事前アンケート</li> <li>●DVD：勝つためのITソリューション営業術</li> </ul>	参考書籍等	●		

- 「今までの自分の仕事のやり方を振り返ると、常に慎重に素直に失敗を恐れて保守的に行動していたかが分かりました。積極的な行動を身につけていかなければいけないと感じました」（営業）
- 「夜学の先輩体験談でもあったとおり、自分のこだわりを持って（我を強く持って）失敗を恐れずに突き進むスタイルも必要と思います」（II）
- 「最近チームメンバーとのコミュニケーションも上手く行っておらず、更にテリトリー変更などでモチベーションが下がっていましたが、シュガー・キャンプのおかげで又、やる気、売るのが湧いてきました。数年たったら私が体験談を話せるように日々頑張ります」（II）
- 「諸先輩方のお話を聞かせていただき、NCRのSalesというだけではなく、社会人としての考え方というものを自分なりに再考する良い契機となりました」（II）
- 「皆、今の仕事に何らかの悩みを抱えていますが、それを同期や普段話のできない先輩に相談でき、このことが今後仕事をする上でのモチベーションを復活させることが出来ました」（II）
- 「（営業活動で）今、ノリに乗っている先輩方が、どんなことを普段考え、仕事をしているのか？ということが分かった事が大きな収穫でした。自分自身も何か“こだわり”、“信念”を持って仕事もそれ以外もしていくべきではないかと考えさせられました」（II）
- 「プレゼンや客先ミーティングに限らずJR（準備と練習）の重要性についてすっかり忘れていた。“行き当たりばったり””その場しのぎ“的な自分の対応が気になっていたこの時期におさらいできてよかったです」（II）
- 「入社当初と違い、ある程度経験を積んだ上でのおさらいだったので、非常に状況をイメージし易く今後このようなスキルを客先での決断（契約）につなげられるよう実践していきます」（II）
- 「今回のこのような若手営業に渴！のセミナーを企画・開催していただいた事に感謝したい。特に「先輩方の体験談に刺激を受けました。自分の人生に対する夢をNCRの中で実現するために苦しみ努力し、向上し続ける姿に正直にあこがれました。」」（II）
- 「今回のシュガーキャンプは働く意味、自己の実現と言う視点で考え、得ることが多かった」（II）
- 「このようなコースは本来は私たちから希望して行っていただく内容だと存じます。次回は私たちからお願いに上がりたいと思います」（II）
- 「営業2年目として担当客先を持ち、日々仕事をしてはいますが、自分の能力・成果について壁を感じていました。その壁を越えていくヒントが今回のコース全てに含まれていました」（II）
- 「スキルといった点でSPIN、FSB等今まで受けた事が無かったことに触れると、2年半経験した事とリンクして、あの時こういう聴き方をしていれば・・・、こう説明していればすぐに納得していただけたのにと思い返すことばかりでした」（II）
- 「ソーシャル・スタイルの内容は、現在自分の悩みでもある“苦手なお客さん”とのコミュニケーションと驚くほどマッチしてました。今後は是非1つの手法として、あいてを分析してコミュニケーションしていきたい。その結果として自分が考えている事が上手く伝わり、又相手の考えている事をより良く理解でき、信頼関係が生まれるのだろうと思えます」（II）
- 「先輩の話はどれも自分の“色のなさ”を痛感させるものでした。私なりの解釈ですが、今の自分には色を出すための経験が足りないと思います。失敗も含めて様々な経験をして、自分の色を濃くしていこうと思います」（II）
- 「VBSや先輩のお話を聴いて、計画（戦略）の重要性を再認識しました。お客様の流動的なスケジュールに流されやすいが、これからは自分からスケジュールを打ち出し、お客様をスムーズに運用出来るようにしていきたい」（CC）
- 「入社して5年経ち、若手と言うよりも中堅一歩手前という段階になってきたこの時期、こういった研修を受講でき、非常に良かったと思います。一度は習ったはずのセールス技法も日々の生活の中で忘れてしまったものも多く、知識・スキルの棚卸しになったと思います」（営業）
- 「これからは我々の世代である。お客様に一番近い我々がNCRを成長させることが出来る」（II）
- 「現在入社4年目ですが、ようやく本当の意味での“情熱”、“信念”が自分の中で出てきたと感じております。コースの内容に関しては過去で一番役に立つもので非常にためになった」（II）