2010年度・ビジネス・スキル研修コースカタログ

“コミュニケーション力の向上”

“Skills” for Solution Business

（Communication Skills)

2010年1月吉日

私塾・寺子屋.

私塾・寺子屋.

塾頭　大竹　佳憲

http://shijyuku-terakoya.com/

2010年度・ビジネス・スキル研修コース

はじめに　～ご挨拶～

日本の資本主義の原型は、産業革命以前のはるか昔３００年以上前の産業革命以前の江戸時代にあったといわれております。
乱暴に近代経済の定義をするならば、農･工という生産機能ではなく、消費機能を専らとする人々が形成する都市の誕生であり、貨幣経済による商業の発展といっても良いのではないでしょうか？
江戸時代、そのような商業的資本主義の誕生とその発展を支える多くの人材を育成･供給する役割を担ったのが読み･書き･算盤の教育機能を供給してきた「**寺子屋**」といっても過言ではないでしょう。
日本は幕末から明治維新の時代、欧米によってアジア諸国が植民地化される中で変革を成し遂げ、短期間に列強といわれる世界の国々と肩を並べるまでになりました。その原動力としては当時７０％を超え、世界一と言われた識字率に代表される日本人の知的基盤を支えてきた多くの寺子屋の存在があったからでしょう。
現代の机上のマスプロ化された知識主体の教育ではなく、塾頭･塾生が共に実学を学ぶ姿勢を共有する事のできる平成の私塾・寺子屋．を目指したいと願っています。（寺子屋．の最後のドットは平成の世の象徴としてつけました）

私塾・寺子屋．　塾頭　大竹佳憲

算　用: 現代で言うところの「計数感覚」
売上は人間のやる気･根性で何とかなるかもしれませんが
利益は論理的な思考とプロセスが必須です。

始　末: ビジネスの始めから終わりまでの「PDCA」
ビジネスは成り行きではなく、計画性が重要
計画･実行･チェック･行動といった前始末･後始末

才　覚: 無限の価値を生む人間の知恵「創意･工夫」
絶えず現状否定からの革新（ブレークスルー）が企業を
大きく変化させ成長させてきた

のれん: 江戸時代からあったブランド戦略「信用･信頼」
顧客の贔屓･引立て･愛顧といったロイヤルティの構築
が300年以上続く企業を生んだ
「売り手喜び、買い手喜ぶ。共にその永きを喜ぶ」
三越創業者:三井高利

講師紹介

1947年	新潟県に生まれる
1970年	新潟大学・経済学部卒・日本NCR(株）流通ｼｽﾃﾑ事業部に入社。入社後２２年間にわたり流通業界のｺﾝﾋﾟｭｰﾀｰ、POSシステムの営業として活躍。 その後マーケティング、戦略企画等の部門で活動。
1993年	総合教育本部・インストラクターとして主に営業･SEを中心とする企業内外の教育研修・セミナー講師等を担当。社内若手社員対象の自主的学習塾：寺子屋ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄを立上げ、塾頭として活動
2007年	ＮＣＲ定年退職後、同社の営業マン・SE教育研修・ＦＳＰを中心とするマーケティング サポートを継続受託。個人事業主として「私塾･寺子屋．」を設立。

現在、社内外の教育研修･セミナーの講師としても引き続き活動し、ペンネーム“越後七平”として流通専門誌に寄稿。（「日経情報ｽﾄﾗﾃｼﾞｰ」「ﾁｪｰﾝｽﾄｱｴｲｼﾞ」「ｽﾄｱｰｽﾞﾚﾎﾟｰﾄ」「繊研新聞」他）
世界的FSPｺﾝｻﾙﾀﾝﾄ、ﾌﾞﾗｲｱﾝ・P・ｳﾙﾌ氏とも親交が深く、日本におけるFSPの伝道師･コンサルタントの第一人者とされる。
著書に「ロイヤル・カスタマー経営」、「顧客知経営革命」（共著）、「TESCO顧客ロイヤルティ戦略」他
「私塾･寺子屋．」では120年余の伝統と実績のあるNCRの教育ノウハウをベースに、営業マン･SE研修、リーダーシップ研修等を受託･実施。 豊富な営業経験に基づくビジネス･コミュニケーション･スキルの研修は高い評価を受けている。

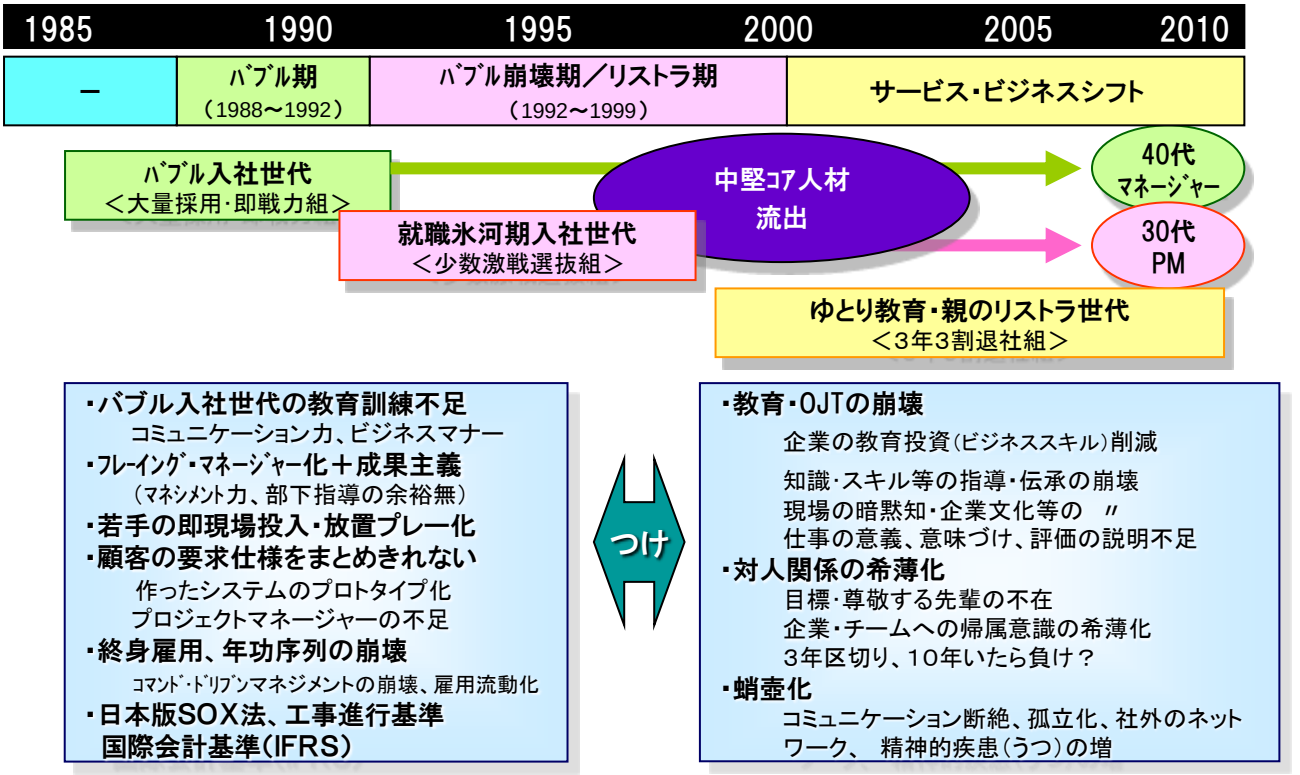
Eﾒｰﾙ:yoshinori.ootake@ncr.com
HP　:http://shijyuku-terakoya.com/

2010年度研修テーマ:「コミュニケーション力・スキルアップ」

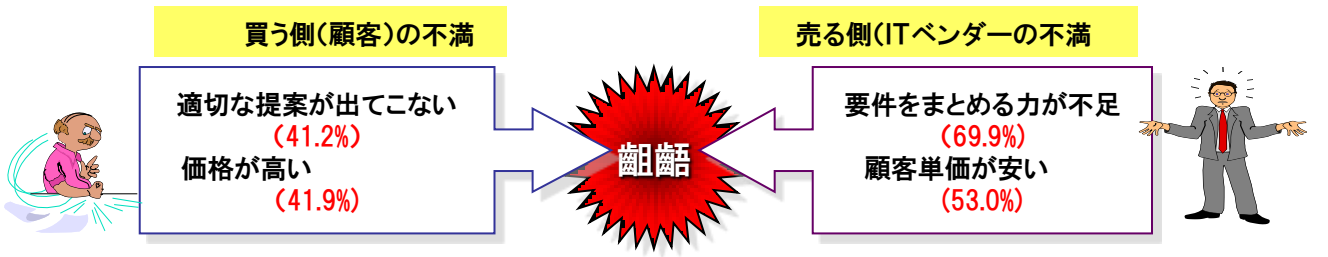
● 2010年ビジネス・スキル教育の目標:「個々人の能力開発と意欲の喚起」

昨今の企業間の競争力の決め手は労働や資本の投入量、即ち企業規模の大小では測れなくなってきました。
又、製品（プロダクト）の性能・機能の同質化によってその差別化も難しい時代を迎えています。
特にITが経営のオペレーションや企業戦略と一体化しつつある現在、従来の販売活動とは異なり、営業マンだけではなく、SE、技術、法務部門、経理部門を含めた全社員の積極的参画なくしては販売は成功しません。
今、まさに競争力の源泉は“人”の持つ**能力（知識・経験・スキル）と意欲（動機・情熱・執念）**のぶつかり合いの中から生まれるブレーク・スルー（イノベーション）のアイデアカと実践力になってきました。
顧客が求めるものも既存・ありきたりな仕組みではなく、その業界で生き残り、勝ち抜くための斬新的な考え・仕組みであり、それらを一緒に考え、創造してくれるパートナーとしての企業であり人なのです。
「全員営業」としてのプロジェクト・チームとしての活動がビジネスの成否を決める時代であり、そのための能力と意欲にフォーカスした「**コミュニケーション力**」向上の教育コースを実施いたします。

● IT業界の若手・中堅社員の現状は？



● 現場で起きている顧客との相互不信・不満足の関係・・・・・コミュニケーション障害



出典：日経ｿﾘｭｰｼｮﾝﾋﾞｼﾞﾈｽ2007・10・30

無断COPY／転載厳禁

2010年度研修テーマ:「コミュニケーション力・スキルアップ」

● 2010年ビジネス・スキル教育の目標:「個々人のコミュニケーション能力の向上」

このような現場の悩みに対応した研修です！

お客さんが求める営業マン・SEの役割・機能・能力・資質は何？

Solution　Businessって一体何なのか漠然としていて・・・

SEも技術も営業としてのスキルが必要と言われるけど？

色んな事を理解しようとするだけでも大変なんですよ・・

論理的に考え方をまとめるのがどうも苦手で・・・

お客様の所で話がスムーズに運ばなくって苦労してます

お客様の問題点やニーズをうまく引き出すことが出来ない・・

交渉でいつもお客様に押し切られる事が多く仕事が増えて・・

お客様とのコミュニケーションを取るのが難しくて・・

商談の案件は多いんですが成約率が悪いんです

リーダーシップとマネジメントの違いって何がどう違うの？

営業・SE・技術の間がシックリ行かずに困ってます。

今時の若手の育成をどの様にやっていったら良いのか自信がない・・・

価値を売れって言うんだけど、具体的に何を売れっていうの・・？

Solutionって言うけど具体的に何をどのように、誰に売ったら良いの？

ビジネスの具体的なものが本を読んだだけでは理解できないのですが？

基本的な営業活動のプロセスについて教えてください

提案内容をうまく伝えるための資料作りがうまくいかなくって・

お客様の要求仕様がなかなかまとめ切れなくって・・

お客様へのSolutionの説明の仕方が効果的でないんです・・

プレゼンが苦手で・・・お客様の前で話すのが怖い・・

どうしても苦手なお客様がいて会うだけでも苦痛なんです・・

折角苦労して作ったシステムにお客様のダメだしが多くて・・

チームのメンバーとの接し方がよく分からないんです・・

チームとしてのパフォーマンスを上げる運営手法ってありますか？

RFI、RFP等お客様の購買行動が変わっているのに追いついてない？

指示・命令だけではチームのメンバーを動かすことが出来なくなって・

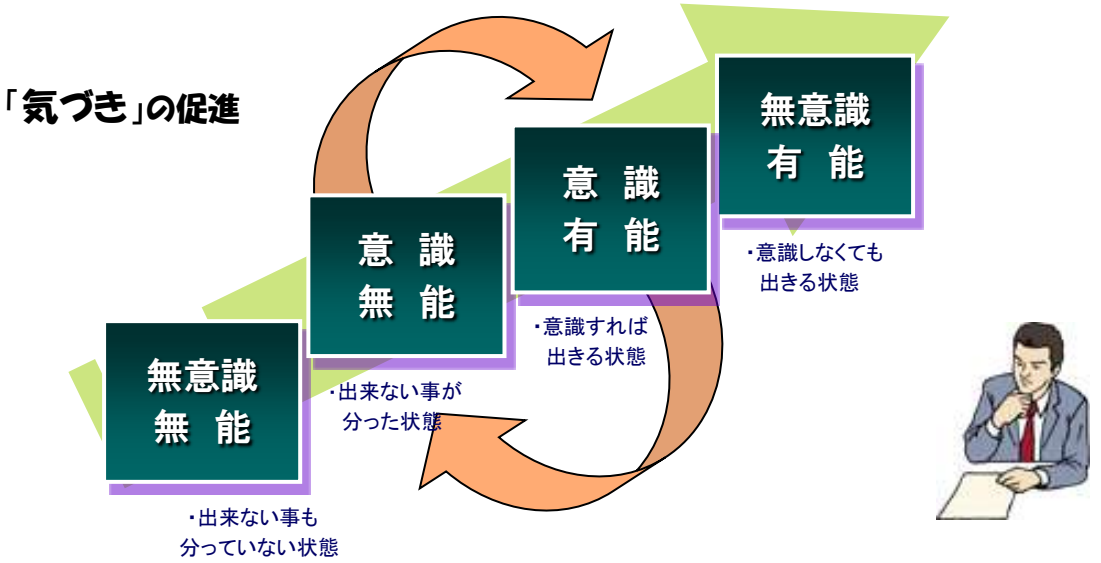
競争がますます激しくなってきたけど、勝つ戦略ってあるの？

豊富な最前線での経験・知識の蓄積を活かし、机上の理論では無く実戦的(実践的)なセオリーとスキルの研修を実施します

2010年度研修テーマ:「コミュニケーション力・スキルアップ」

● 「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とおり、教育と言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。



● 斧を研ごう！ （忙しいからこそスキルが必要なのだ！）

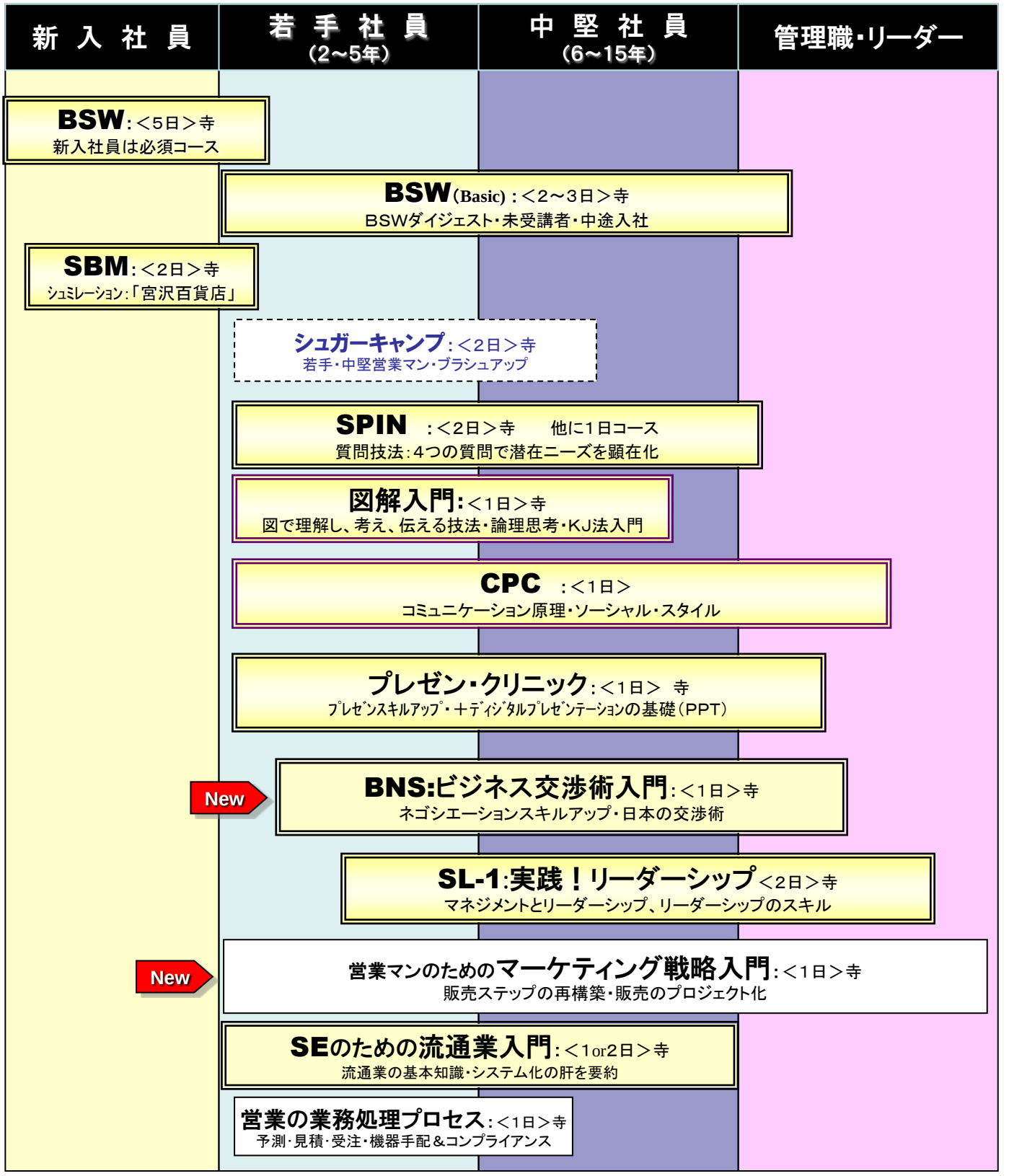
●ある所で仕事熱心なきこりがおりました。朝から晩まで働きづめの毎日を送っていました。
しかしながら、今ひとつ仕事の効率が悪いように感じた監督がきこりが使っていた斧を見たところ、刃先が磨り減って丸くなっていました。
監督はきこりに「斧の刃を研いだほうが良いのでは・・？」とアドバイスしました。
きこりはこう答えました。「忙しくて斧の刃を研ぐ暇なんてありません」と。

●有る企業で仕事熱心なＳＥがいました。いつも客先の要求仕様のまとめや変更等で四苦八苦していました。
ある日上司からアドバイスを受けました。「コミュニケーションを向上させるスキルを身につけたら・・？」
「忙しくて・・・・・」

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。

- **「生まれつきのセールスマン(ビジネスマン)はいない。教育によって造られる」**
- **「準備に終わりは無い。準備が良ければ良いほど成果は確実であり、大きい」**
- **「Think＆Action。これが進歩(向上)のための2つのキーワードである」**

Skill for Solution Business の体系



BSW＝Business Skill-Up Workshop・・・Solution Businessの基礎
SBM＝Strategic Business Mind・・・・・事例に学ぶビジネス最前線
SPIN＝質問技法・・・・・顧客のニーズの掘り起こし
CPC＝Communication Power-Up Course・・・ソーシャル・スタイル演習・対人関係
BNS＝Business Negotiation Skill-Up・・・・・ビジネス交渉術
SL1＝Situational Leadership 1・・・・・・・状況対応リーダーシップ

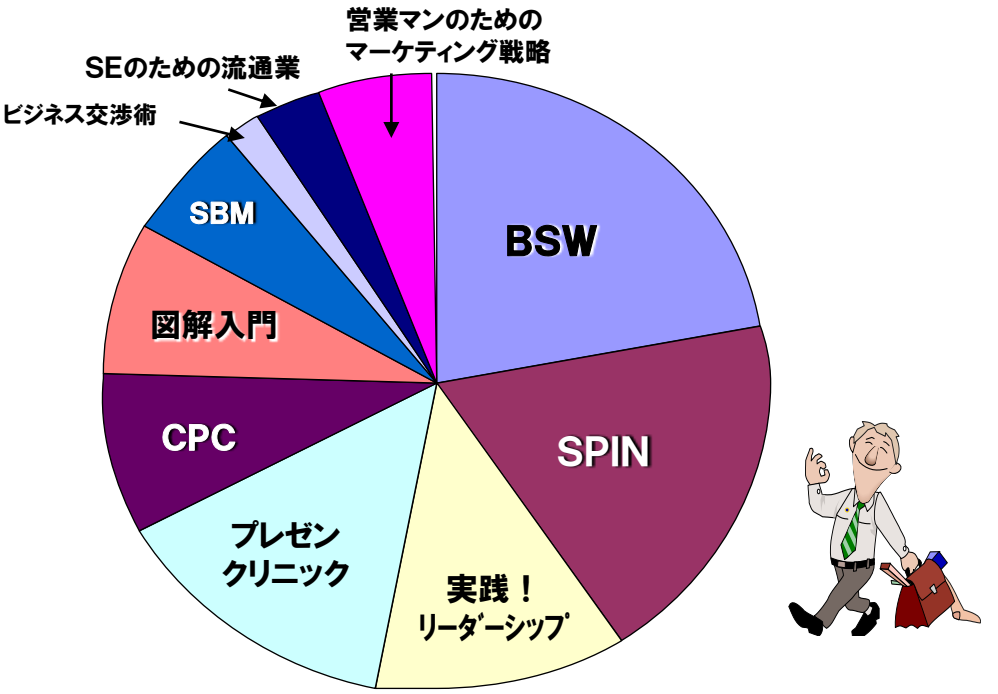
 無断COPY／転載厳禁

2010年度研修テーマ:「コミュニケーション力・スキルアップ」

受講者実績(2004～2009年)

コース名	2004	2005	2006	2007	2008	2009	04～09TL	延べ人日
BSW (2、5日)	119	96	69	70	80	74	508	1508人日
SPIN (2日)	35	129	33	166	46	25	434	868〃
実践！ﾘｰﾀﾞｰｼｯﾌﾟ (2日)	87	61	27	40	45	18	278	556〃
ﾌﾟﾚｾﾞﾝｸﾘﾆｯｸ (半日)	100	98	37	58	27	15	335	335〃
CPC (1日) (ソーシャル・スタイル)	-	46	48	46	40	18	198	198〃
図解入門 (1日)	12	29	23	60	9	48	181	181〃
SBM(2日) (宮沢百貨店)	13	13	9	27	25	49	136	272〃
ビジネス交渉術入門 (1日)	-	-	-	11	2	26	39	39〃
SEのための流通業入門(ｉ日)	-	-	-	—	45	30	75	75〃
営業マンのためのﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ戦略入門	-	-	—	-	17	116	133	133〃
合　計	366	472	246	478	336	419	2317	3802〃

6年間の受講者数構成比



2010年度・ビジネス・スキル研修コース・カタログ

コース・コンセプト

●Product Businessに於ける顧客に対する価値訴求は製品そのものが持つ機能・性能ですが、Solution Businessでは顧客の抱える問題・課題解決といった目に直接見えない本質的な価値を訴求しなければなりません。
Solution Businessは情報に始まって情報に終わるビジネスであり、営業・SEのコミュニケーション力が求められます。
製品の機能・性能・価格等での差別化が難しくなった現在、顧客の気付いていない潜在ニーズを顕在ニーズ化し、更には経営課題に昇華させ、顧客のパートナーとなれる営業・SEの知識・スキル・経験が差別化のキーとなりました。
●今、SE・CEに対してお客様が一番要求している能力・資質とは ビジネスマンとしてのコミュニケーション力であり、本研修コースはそれらのスキルアップを目指して開発されています。

目　次

■はじめに
■2010年度研修テーマ:「コミュニケーション力・スキルアップ」
■Skill for Business の体系
■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）
●「図解入門」:図で理解し、考え、伝達する
（〃 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）
●「ビジネス交渉術入門」:
（新規講座）
●「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）
●「SEのための流通業入門」:若手営業・SE向け流通業界とITの基本
（新規講座:知識の移転）
●「営業マンのためのマーケティング戦略入門」:
（新規講座:実践的マーケティング・プランの策定）
■2010年度:ビジネス・スキル研修定期コース日程一覧

 無断COPY／転載厳禁

コース名　BSW（Business Skill-Up Workshop）：Solution Business 入門

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 CE	受講資格	ビジネス経験１～２０年	定 員	12～20名

コース目的

・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

コース達成目標

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

コース内容

【第一日目】

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

【第二日目】

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：「**サーベイ**」
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

コース説明

●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。
●NCRの５ステップは販売の最も重要な行動の基本形を示し、人間の心理変化に伴う行動をより効果的に進めていく着想･技法･方法を示すものであり、あらゆる販売に適応できるものである

教材・他	●オリジナル・テキスト ●ビデオ教材	参考書籍等	●「ﾊﾟﾀｰｿﾝの営業法則」（ｼﾞﾄﾏｰ・中央精版） ●「ｾｰﾙｽﾏﾝｼｯﾌﾟの先駆者･ﾊﾟﾀｰｿﾝ」（ﾀﾞｲﾔﾓﾝﾄﾞ） ●「ﾊﾟﾀｰｿﾝのDNA」（NCR/寺子屋）

 無断COPY／転載厳禁

「BSW」コース・受講者感想文

2004～2008年度
Y・Ootake

- 「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）
- 「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）
- 「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）
- 「プリセールスという立場になって“何とか売らなければ・・”と言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）
- 「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）
- 「Businessのスキル習得は多分一生かかっても習得しきれる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）
- 「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）
- 「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）
- 「チーム内のｱｶｳﾝﾄ･ﾌﾟﾗﾝ･ﾐｰﾃｨﾝｸﾞ や毎月のO/Lﾚﾋﾞｭｰにおいて“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。」（営業MGR）
- 「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）
- 「ＲＦＰ等で現行システムの問題等の言葉があると、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。」（ＳＥ）
- 「何を売るか?では無く、何を解決するか？と言う言葉が強く心に残りました」（ＳＥ）
- 「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）
- 「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」（ＣＥ）
- 「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最大の損失だと思います」（営業）
- 「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。反対のことばかりやっていた」
- 「客先常駐だが、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）
- 「ＢＳＷでSolutionと言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知った。ビジネスの基盤は信頼関係であり、その為に自己の人間的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・〃）
- 「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」（営業MGR）
- 「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）
- 「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）

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
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ﾊﾝﾃｨﾝｸﾞ” 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ケ月の全貌を詳細・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・気付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）

「SBM(宮沢百貨店)」コース・受講者感想文

2000～2008年度
Y・Ootake

- 「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」（〃：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。」（〃：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」（〃：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」（〃：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」（〃：ＳＥ）
- 「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」（〃：ＣＥ）
- 「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」（〃：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。でも人と人と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」　（〃：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」（〃：ＳＥ）
- 「今回の研修を通じ、お客様から信頼を得ることの重要さを再認識しました。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」　（〃：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」（〃：ＣＥ）
- 「（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が出来るような人物になりたい」　(〃：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、情報協有が出来なくて、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」（〃：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」（〃：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」　(〃：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！」（〃：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言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」　（〃：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】（　〃　: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ことなど出来ました。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」　（〃：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いがちですが、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」　（〃：ＳＥ）

コース名	SPIN（質問技法）　:潜在化するニーズを発掘

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 CE	受講資格	ビジネス経験２年～	定　員	6～15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（ｺﾝｻﾙﾃｨﾝｸﾞ･ﾋﾞｼﾞﾈｽ）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	**【第一日目】** ①、開講、 　WS：「他己紹介」 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 **【第二日目】:『SPIN研修』** 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　「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	●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！」、「ニーズを聴き出してこい！」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） ●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

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･ﾀﾞｲﾔﾓﾝﾄﾞ社） ●「SPIN式販売戦略」（ﾆｰﾙﾏｯｶﾗﾑ・　〃　）

 無断COPY／転載厳禁

「SPIN(質問技法)」コース・受講者感想文

2004～2008年度
Y・Ootake

- 「“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）
- 「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。顧客の方向を向いていない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利、顧客の潜在的なニーズさえも堀り起こせるように活動していきたい」（ＳＥ）
- 「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）
- 「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うる限り拾って行き、お客様とのコミニュ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）
- 「現在の自分の活動を考えると客先に行く前の時点から“機器を売る！〇〇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）
- 「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）
- 「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言う恐れ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）
- 「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だと感じました。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）
- 「論理的にSPINを学習することにより、今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」（ＳＥ／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では事実の質問ー考え方の質問ーニーズの顕在化という大きな流れを学びました。自分のものにしたく考えました」（営業）
- 「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）
- 「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”〇〇出来るか？”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です」（ＳＥ）
- 「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）
- 「今までSE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分かりました。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）

コース名　SL-1: 実践！リーダーシップ　:チームのﾊﾟﾌｫｰﾏﾝｽｱｯﾌﾟ

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 CE	受講資格	ビジネス経験５～２０年	定　員	6～20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シャー」、「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

【第一日目】

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ﾊﾅ）
　「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

【第二日目】

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
　テー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

●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・指示を出せますでしょうか？
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。
●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。
●営業・SEの中堅以上の方を対象としていましたが、入社３殻年目の方からも「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。

教材・他	●オリジナル・テキスト ●事前アンケート ●ビデオ教材　●専用シート類	参考書籍等	●「状況対応ﾏﾈｰｼﾞｬｰ」（ﾎﾟｰﾙ･ﾊｰｼｰ） ●「行動科学の展開」（　〃　） ●「一分間ﾘｰﾀﾞｰｼｯﾌﾟ」（K・ﾌﾞﾗﾝﾁｬｰﾄﾞ）

「実践！リーダーシップ」コース・受講者感想文

2002～2008年度
Y・Ootake

- 「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）
- 「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）
- 「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。多くの人が参加する事で、一層組織的に良くなると思いました」（営業）
- 「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）
- 「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）
- 「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）
- 「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」（　〃　）
- 「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）
- 「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）
- 「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）
- 「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学んだ。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）
- 「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）
- 「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）
- 「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）
- 「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）
- 「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）
- 「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）
- 「本コースは必ずしもリーダーヤ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わけで、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）
- 「“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」（事務職）
- 「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”、”指示の仕方がうまくない“、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）

コース名	プレゼン・クリニック　：相手の決断と行動を促す

日　数	半　日	形　式	講義／Work-Shop	ｲﾝｽﾄﾗｸﾀｰ	大　竹
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います
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 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」（準備と練習） コミュニケーションの３要素：内容以外の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、（お客様の目から見たあなたのプレゼンは？） 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を録画、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：「ディジタル・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	●「ﾌﾟﾚｾﾞﾝﾃｰｼｮﾝの説得方法」（富士ｾﾞﾛｯｸｽ） ●「ﾌﾟﾚｾﾞﾝの鉄則・上級極意」（日経BP社） ●「　〃　・徹底活用」（〃）

 無断COPY／転載厳禁

「プレゼン・クリニック」コース・受講者感想文

2004～2008年度
Y・Ootake

●「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）
●「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）
●「実際に最近は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」（ＳＥ：ＰＭ）
●「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言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）
●「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）
●「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）
●「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説得ー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）
●「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います」　（営業）
●「入社当時以来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べました。忘れないように練習して身につけます」　（営業）
●「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。頭で分かっていても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います」（ＳＥ）
●「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行い、ＪＲ（準備と練習）をキッチリこなす事から始めたい」　（ＳＥ）
●「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：ＭＧＲ）
●「今までは会社のｿﾘｭｰｼｮﾝ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！と言う姿勢を忘れずに取り組んで生きたいと考えます」　（ＳＥ）
●「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）
●「“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」（ＣＥ）
●「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と思います」　（ＳＥ）
●「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の注意など非常に参考になりました」　（ＳＥ）
●「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）
●「客先への報告･説明等を行う際に有効と思われます。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います」　（ＣＥ）
●「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）
●「今まで、プレゼンを行う上で製品の説明という点にカ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くるし、話し方やボディランゲージで顧客に与える印象も大きく変わると思う」（ＳＥ）

コース名	図解入門　：（図で理解し、考え、伝える技法）

日　数	1　日	形　式	講義／Work-Shop	インストラクター	大　竹
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、ディジタル・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）

●本コースは当初、業務のフローチャート入門コースとして開発されました。
●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」のみでは限界があり、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
●提案書・プレゼン資料の作成のためにも必須のスキルとなります。

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出来る」 （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）

「図解入門」コース・受講者感想文

2005-2008年度
Y・Ootake

- 「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」（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。」（ＳＥ）
- 「図で表現する場合、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。」（ＳＥ）
- 「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」（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」（ＳＥ）
- 「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」（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」（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。」（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痛感しているのでタイムリーなコースでした」（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」（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」（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法を体験でき、非常に参考になりました」（ＳＥ）
- 「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。」（〃）
- 「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ました（我流？）」（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」（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」（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」（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と思います」（ＳＥ・コンサル）
- 「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」（ＳＥ）

 無断COPY／転載厳禁

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
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を推進する上での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。本コースも過去から８００名以上受講している人気コースでありBSW、LS-!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社の情況対応シリーズやＨＲＤ社の「DISC」があります。本コースでは診断等はPCではなく、専用の診断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」（〃）

「CPC(ソーシャル・スタイル演習)」コース・受講者感想文

2004～2008年度
Y・Ootake

●「ソーシャル･スタイルというものは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うまく対処できるようになると思う」（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」　（営業）
●「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して、弱みについては注意して行動していきたい」　（〃）
●「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」（　〃）
●「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」（　〃）
●「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」（　〃）
●「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。確個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」　（　〃）
●「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」　（〃）
●「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」　（〃）
●「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」（〃）
●「ソーシャルスタイルの講義で自分の何がしか苦労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」　（〃）
●「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」（〃）
●「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いますが、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」　（〃）
●「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」　（〃）
●「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」　（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」　（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	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．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 3．先輩との交流によるNCRのDNAの継承 4．KJ法実習によるスキルの習得

コース内容	**【第一日目】** ①コースオリエンテーション　（コースの位置づけ） ②「BSW]振り返り：NCRビジネス・プロセス ③テスト：基本知識･情報は身についているのか？ ④コミュニケーション原理 ⑤ソーシャル･スタイル演習 ⑥先輩体験談・懇親会 **【第二日目】** ①営業スキルの棚卸し BSW、SPIN、FSB、SSN、図解、プレゼン、他 ②「KJ法実習」（ポストイット） 今、我々のビジネスを阻害するものは？ ③まとめ、アンケート

コース説明 （開発の背景）	●過去、若手営業マンのスキル・アップコースとして不定期に実施してきたコースです。 ●コース名はNCRの最初の営業マン教育の場所の名称を用いました。 ●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 ●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、先輩営業のDNAを継承する場を設けます。 ●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。

教材･他	●オリジナル・テキスト ●事前アンケート ●DVD：勝つためのITｿﾘｭｰｼｮﾝ営業術	参考書籍等	●

 無断COPY／転載厳禁

「シュガー・キャンプ」コース・受講者感想文

2000・06年度
Y・Ootake

- 「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」（〃）
- 「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、売る気が湧いてきました。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」（〃）
- 「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」（〃）
- 「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」（〃）
- 「（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？と言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」（〃）
- 「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」（〃）
- 「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」（〃）
- 「今回のこのような若手営業に渇！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。」（〃）
- 「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」（〃）
- 「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」（〃）
- 「営業２年目として担当客先を持ち、日々仕事をしていますが、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」（〃）
- 「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」（〃）
- 「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」（〃）
- 「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」（〃）
- 「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信じております。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」（〃）

New コース名 **BNS:ビジネス交渉術入門 ：Win-Winの関係を目指せ！**

Business Negotiation Skill-Up

日 数	1 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5年未満	定 員	12～24名

コース目的	・ビジネスにおいて、顧客とのＷｉｎ-Ｗｉｎの関係を構築できる交渉力の基礎を習得
コース達成目標	1．交渉力の理論・原理原則を含め基礎的知識の学習・習得 2．現代の第一線の交渉術についてスキル・テクニック面で学習 3．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＞
コース内容	1）コースオリエンテーション （コースの位置づけ） 2）第一章：ビジネス・コミュニケーション原理 ビジネス・コミュニケーションの機能･役割とは？ 相手を動かすコミュニケーションの形態・パワーの源泉 コミュニケーションの階層 （共感性・柔軟性・基本ニーズ） 3）第二章：「Negotiation（交渉力）とは？ What is Negotiation? （交渉力とは何ぞや？） コンフリクトの克服 協議式交渉のコンセプト ＜ビジネス場面＞ 4）第三章：「交渉力向上のために・・・・」 行動基準としての戦略と戦術、姿勢 交渉の準備（情報の収集と分析、シナリオの作成） 交渉計画、論理基盤の構築、戦術・作戦 5）第四章：「交渉術の代表的原理･原則 「おどしの理論」、「大義名分」、「コールガールの原理」、他 顧客の反論に対する「応酬話法」の基本 6）第五章：「交渉術の一考察」 日米の交渉術の違い・・・「理」対「情」 ソーシャル・スタイル別交渉 プレゼンの一考察 7）現代の交渉術を学ぶ （ビデオ学習） 交渉とは？ 交渉のテクニックⅠ・Ⅱ・Ⅲ・おわりに・・・
コース説明 （開発の背景）	●過去、SSNコース（外部）で一部実施してきた交渉力アップのコースです。 今回、交渉術といったスキル・テクニックにフォーカスし、その原理･原則を学習していただきます。 ●時間的に１日コースとしましたが、過去の現場での交渉を振り返り気づきの中から課題を抽出してください ●営業マンのみならず、SE、CEの方々も社内（チーム内、他部署、上司等）や社外（顧客、関係会社等）での交渉の場面が増えてきております。交渉術を身につける事によって円滑な交渉を進める一方で、信頼関係の構築と深耕を進めてください。 ●ビデオ学習は現在TV・ラジオで活躍中の弁護士・八代秀輝氏の監修したものを参考としました。 米国で弁護士の資格をとり、日米欧の知識･経験に裏付けられた交渉術を分かり易く学習できます

教材･他	●オリジナル・テキスト ●ビデオ：「ビジネス交渉術入門」 （ﾌﾟﾚｼﾞﾃﾞﾝﾄ社）	参考書籍等	●「ﾊｰﾊﾞｰﾄﾞ流交渉術」（TBSﾌﾞﾘﾀﾆｶ） ●「交渉の原理原則」（藤田忠） ●「決定版･交渉術」（J・ｲﾘｯﾁ）、他

 無断COPY／転載厳禁

「ビジネス交渉術入門」コース・受講者感想文

2009・12
Y・Ootake

- 「交渉前にしかるべき準備をして臨む等、方向性を学べた。意識しながら今後具体的に何をするか実践の中で考えます」（営業）
- 「事前準備し、質問・イマジネーション・シュミレーションを兎に角習慣化します」（営業）
- 「営業をするに当たり、何をおいても“信頼”であることを知り、それを築く上でのテクニックの一端を“交渉術”として学びました。リスク・マネジメントは大変重要だとかんじました」（営業）
- 「内容が広範囲なので今まで自分が実施してきたことのチェックになり、新たな築きでもあった」
- 「交渉前の事前準備の指針に出来る。又、後輩の指導に利用できる」（営業）
- 「価格交渉について活用を考えます。現在のビジネスでは多少高いと思われがちなので、高いと言われた時の回答を沢山準備できればと思います」（営業）
- 「非常にためになりました」（　〃）
- 「交渉は新しい価値を作り出すものであり、Ｗｉｎ-Ｗｉｎになるよう持っていけるような営業活動を心がけたい」（営業）
- 「受講してみて多くの“気づき”を得る事ができました。自信・情熱・執念を持って仕事します。」
- 「交渉の計画をテキストに沿った形でチェックし作成しようと考えています。又ビデオ内で登場した“留保”もタイミングよく活用できるように準備します」（営業）
- 「今回の講義はソーシャル・スタイルとの関連が強いのかなとテキストを見て感じました。
  次回以降ソーシャル・スタイルのみならず、他の講義でも交渉術のテキストを参照して交渉術の知識を深めていきたい」（営業）
- 「社内外を問わず、業務のあらゆる場面で応用できる内容でした。今後実戦、トライアル＆エラーを繰り返して自分のものにしていきたい」（営業）
- 「業務のみならず、恋愛・就活等、人間関係全てにおいて使えるスキル講座だと感じた」（営業）
- 「ご自身の体験談や業界の裏話等含め、非常に印象的な講義でした。概念的にだけでなく実際現場でこうやって応用するんだなという事が良く分かりました」（営業）
- 「今まで（交渉）の準備はしてましたが、相手の立場を深く考えてなかった」（ＣＥ）
- 「個人的に交渉ごとは不得手なので、何とかしたいと日ごろから思ってました。今回のコースでいろいろとヒントを頂いたと感じています」（ＳＥ）
- 「交渉術に必要なスキルはプレゼンを行う場合のスキルとは異なると感じた。表現するスキルよりも相手の話を聴くスキル、相手に色々と話していただいて情報を引き出す事が重要」（ＳＥ）
- 「交渉シュミレーションを日々シッカリとやっていきたい。最近おろそかになっている」（営業）
- 「コンサルをやっているが交渉力に不足を感じてこの研修を受けた。営業向けの内容であったが、応用していけると考えます」（ＳＥ）
- 「カスタマーサービスのサービスオファリングの業務に際し、要件定義やトランスファーに活用していきたい。相手の要望や真意を聞き出してから、こちらの考えを伝えたい」（ＣＥ）
- 「基本的に交渉についての考え方が変わりました」（ＣＥ）
- 「心を開かせる勇気を貰った気がします。テクニックだけでは少してこずる相手ですが、熱意を持って案件化出来るように頑張りたい」（ＳＥ）
- 「客先において仕様等を検討する時に役立てたい」（ＳＥ）
- 「最近ＣＥの対客先説明能力の低下が見受けられる。不用意な障害等についての説明を客先に行って不安に陥れるケースもある。ＣＥ向けの説明能力に関するショートコースがあればよい」（ＣＥ）

New コース名 **営業マンのためのマーケティング戦略入門 ;科学的営業プロセス**

日 数	1 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２年以上 販売チーム単位で実施	定 員	12～24名

コース目的

・マーケットの変化・顧客購買行動の変化に合わせ、セリング・プロセスの見直しと再構築を行う
・プロジェクト化する営業活動にプロジェクト・マネジメントの手法を導入

コース達成目標

1．マーケットの現状の認識とマーケティング戦略の策定法の習得
2．過去の営業成功事例のセリング・プロセスの分析による成功のキー・ファクターの発見
3．Solution　Businessのセリング・プロセス（ステップ）の作成と共有

コース内容

【第一日目】

①コースオリエンテーション　（コースの位置づけ）
②第一章：「我々を取り巻く環境変化とは・・？」
　ビジネスはプロダクトからサービス志向へ・・・
③第二章：「営業マン・ＳＥに求められる役割・機能・資質とは？
　Solution　Businessの本質と分類
　大型商談の特徴、求められるTeam　Selling
　「企業経営の医者たれ！」
④第三章：「営業マンに求められるマーケティング戦略の構築」
　マーケティングとは・・・？
　新しいマーケティング戦略の展開　　＜4P、STP＞
　マーケティング戦略基本定義シート、SWOT分析、３C分析
　ビジネススタイル（Positioning）の確定　＜ﾘﾚｰｼｮﾝｼｯﾌﾟ型？ｺﾝｻﾙﾃｨﾝｸﾞ型？＞
⑤第四章：「チーム営業・販売ステップの再構築」
　属人的マネジメントからの脱皮
　プロジェクト・マネジメント手法の導入
　販売のための仕掛け、仕組み、仕方の再構築　＜マイルストーン＞
⑥第五章：「事例に学ぶマーケティング戦略」
　専門店チームの挑戦と軌跡

コース説明（開発の背景）

●マーケットの激しい変化で過去の営業上の経験･知識等が通用しない状況が発生してきている。
●特に営業マネージャーは自分の過去の成功体験をベースに部下指導を行いやすく、若手営業マンはついた上司の言動に一貫性が無いことに混乱するケースが発生。　（営業マネジメントの属人性）
●商談は大型化･高度化･複雑化･長期化の傾向を強めてきており、必然的にチーム・アクティビティが求められるが、チームの今現在の立ち位置についての共有が困難になってきた
●最新の成功事例をベースに成功へのキーファクターを見つけ、セリング・プロセスを明確にしてチーム・メンバーが自立的に活動できる環境が必須である。
●この事は若手営業マンの実践教育に活用できる

教材･他	●オリジナル・テキスト ●DWHセールス・ステップ（１７段階）	参考書籍等	●「ｺﾄﾗｰ&ｹﾗｰのﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ ･ﾏﾈｼﾞﾒﾝﾄ」 ㈱ﾋﾟｱｿﾝ・ｴﾃﾞｭｹｰｼｮﾝ 「営業戦略の立て方･活かし方」かんき出版

 無断COPY／転載厳禁

New コース名 **SEのための流通業入門講座 ;流通業の基礎知識**

日 数	1 日	形 式	講 義	ｲﾝｽﾄﾗｸﾀｰ	大 竹
対 象	営業・SE	受講資格	若手営業・ＳＥ	定 員	12～24名

コース目的

・若手営業マン・SEの流通業の「今」の現状についての知識を身に付ける
・それによってより顧客に対しての提案力、要件定義力の向上を目指す

コース達成目標

1．日本の流通業に関する基本的な知識を身に付ける。
2．現在の日本の流通業を取り巻く経営環境、顧客のニーズについて学習する
3．知識の体系化を行うことで、流通業に対する興味･関心を継続的に保持する

コース内容

【第一日目】

第一章:「流通業とはなんぞや？」(こんにちは! 流通業)
（1)流通業の本質とは？、（2)流通業の歴史的考察、（3)流通業システム構築の肝
第二章:「小売業の分類」(業種と業態)
（1)流通業の分類
第三章:「日本流通業は今･･･」（流通業界を取り巻く7つの要素）
（1)数値で見る日本の流通業の実態、（2)消費者の構造変化、（3)続く“低価格競争”の背景
（4)流通業の変革を迫る“規制緩和”、（5)進む“グローバル化”、（6)“業界大再編”の潮流、
（7)“IT革命”が流通業を変える
第四章:「小売業経営の基礎知識」（計画経営の重要性）
（1)小売業における“計画経営”の重要性、（2)小売業における販売予測･販売計画の手法、（3)損益計算書の予算化
第五章:「マーチャンダイジングの仕組みと計算式」
（1)マーチャンダイジングとは？（その定義)、(2)マーチャンダイジングの構造、(3)マーチャンダイジングの仕組みと計算式
第六章:「マーチャンダイジングの管理･分析･コントロール手法」
（1)マーチャンダイジングの管理サイクル、（2)マーチャンダイジングの管理レベル(階層)、(3)分析及びコントロール手法
第7章:「業態別システム構築の手引き」
（1)これからの流通業の仕組み作りは･･･？、（2)業種特性別･情報システム構築の肝－(その1)
（3)業種特性別･情報システム構築の肝－(その2)
第八章:「これからの流通業のシステムは？」（期待の大型新人続々登場）
（1)流通業界を大きく変える可能性を秘めた“RFID”、（2)小売業界のCRM:“FSP”(ﾌﾘｸｴﾝﾄ･ｼｮｯﾊﾟｰ･ﾌﾟﾛｸﾞﾗﾑ)
（3)普及期を迎えた“セルフレジ”、（4)注目すべき新人たち
①企業の情報インフラを統合“EDW”(ｴﾝﾀｰﾌﾟﾗｲｽﾞ･ﾃﾞｰﾀ･ｳｪｱﾊｳｽ)
②手のひらPOSの登場“モバイルPOS(端末)”
終わりに･･･

コース説明（開発の背景）

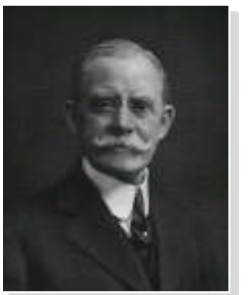
●マーケットの激しい変化で若手営業マン、SEの知識が追いついていない状況が生まれ、顧客との通常の会話、提案等で力不足が表面化してきた。
●更に高度な専門知識が求められる場面が多くなる事で、営業・SE共に目先の仕事に追われる事が多くなり、幅広い、体系的な知識を習得する機会がなくなってきた。
●特に‘０８年秋のリーマンショック以降、大手Sierの営業マン等、御用聞き的な営業マンは顧客から全く相手にされず、話の糸口さえつかめない程スポイルされるところも出てきている。
●最低限、世の中の動向と、流通業界の話題にはついていけないと、顧客との接点の維持も難しい時代になってきている。

教材･他	●オリジナル・テキスト（毎年更新） ●オリジナル画面（PPT）	参考書籍等	●日経MJ、同トレンド情報源、販売革新 ﾁｪｰﾝｽﾄｱｴｰｼﾞ、激流、週刊ﾀﾞｲﾔﾓﾝﾄﾞ、 日経情報ｽﾄﾗﾃｼﾞｰ、ﾌｧｯｼｮﾝ販売、商業界 他専門誌

 無断COPY／転載厳禁

NCR社の教育研修の源流を伝える「私塾・寺子屋.」の特徴

米国アトランタに本拠を置き、全世界１２９ケ国にビジネス拠点を置くグローバル企業ＮＣＲ社は今年で１２６年目を迎え、日本ＮＣＲ社も９０周年を迎える。多くの強大な企業が時代の変化で消えていく中、特に変化の激しいＩＴ業界において今尚第一線で活躍している同社の強みは販売力であり、更にはその販売力を構成する営業マンの存在と言われてきた。私塾･寺子屋はその強い営業マンを産み出してきた同社の教育･研修の伝統を受け次いでいる。
その主な特徴・考え方は下記のものとなる。



NCR創業者・
ジョン･H･パターソン

①「営業マンは教育によって作られる！」

ＮＣＲ社の名の由来はNational　Cash　Registerであり、金銭登録機の製造・販売会社として１８８４年に創業されました。創業者であるJ・H・パターソンはそれまで「嘘つきの塊」と忌み嫌われたセールスマンを「企業経営の医者たれ！」と高い倫理観・使命感と誇りを持った職業に変えるために世界で初めて営業マン教育を実施した。
「生まれつきのセールスマンはいない！セールスマンは教育（訓練）によって作られる！」と言うパターソンの信念はＮＣＲ社のＤＮＡとして受け継がれ、後にＩＢＭ社を創業したＴ・ワトソン等の多くのビジネスマンを世に送り出した。
パターソンの信念は後に世界の多くの企業に影響を与え、「近代セールスの父」と称されている。

②「販売は会社の命である！」

パターソンが常々社員に語りかけた言葉の一つであるが、ＮＣＲ社ほど販売にこだわる企業はないかもしれない。
企業経営の全ての源泉（開発・工場建設・原材料の購入、従業員給与、他）を支える基礎は販売（売上）である。
販売予算をベースに企業の経営戦略･投資計画・組織等が組み上げられており、販売が達成できない事態は、即企業経営の破綻をもたらすことに直結する事を絶えず訴えていたのである。
それだけに営業マンには厳しい責任（＝成果を出す事、売上予算達成）を課したのであるが、それによってプロとしての意識とスキルと誇りを持った営業マンが排出したのである。「製品がよければ営業マンはいらない」とする工場側（開発・製造）優位の企業も日本には存在するが、同質化競争の中で苦悶する時代に突入しつつある。

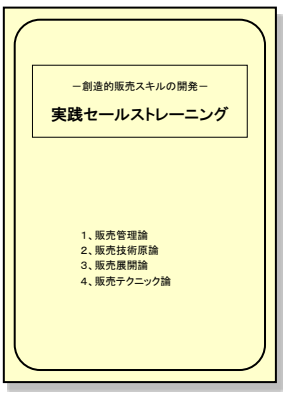
③「世界初の教育マニュアルを作成！」

営業マン教育で世界で最初にマニュアル（テキスト）を開発したのもＮＣＲ社である。
その最初に作られたものが「ＮＣＲ　セリング　プラン」と言われたものであり、「企業経営の医者」になるための多くの原理･原則が網羅されている。その細部は時代に合わせて改訂を繰り返してきたが、「セールスは科学である」として論理･系統的な要素のみならず、人間の心理学的要素を多く取り入れているところに大きな特徴がある。
システムを構築する上では人間通有の欠陥である不注意･怠慢･無関心･失念･誘惑に対し、機能として保護･情報・便利経済性・サービスといった「ＮＣＲ　ヤードスティック（モノサシ）・５×５」を徹底的に教え込んだのである。

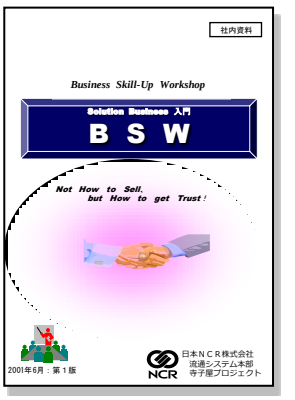
④「営業マンの教育・訓練は営業マンが行う！」

②のマニュアル（テキスト）であるがその作成と研修の実施は営業マンが行ってきた。第一線で活躍中の営業マンが指名され、約２年のサイクルで教育・研修の部署に異動となる。インストラクターとなった営業マンは基本的な営業スキルに関しての原理・原則を学びなおす一方で、直近の自身の実体験を整理し、体系化しマニュアルを作り直して第一線の営業マン教育の計画と実施を行うのである。その昔トム・クルーズ主演の「トップガン」という航空母艦のエース戦闘機乗りが教官となる米国映画があったが、最前線のパイロット、営業マンはマニュアルでは教育できない。最前線で活躍するエースの最新の体験、スキル、知識を組織全体ですばやく共有する仕組みが必要なのである。
そのため私塾・寺子屋の研修用マニュアルは全て手作りであり、毎年内容の見直しと更新が重ねられている。

世界初のセールマン教育風景



昭和30年代の教育マニュアル



現在の教育マニュアル
（改定第5版）

2010年度　Business-Skill研修・受講料金表

2008・1・10　私塾・寺子屋

①　コース参加料金　（受講生当りの単価）

教育・研修コース	日数	受講料金／人	備　考
Solution　Business入門 **BSW**	2日	@95,000	テキスト込み
潜在化するニーズを発掘・・・ **SPIN**（質問技法）	2日	@95,000	ロイヤリティ@13,000×人数分（ケンブリッジリサーチ社） マニュアル代金@3、000
チームのパフォーマンスアップ **SL-1**:実践！リーダーシップ	2日	@85,000	テキスト込み 教材代金　@3、000＜事前アセスメントシート＞
図で理解し、考え、伝える技術・・・・ **図解入門**	1日	@45,000	テキスト込み
相手の決断と行動を促す・・・ **プレゼン・クリニック**	1日	@45,000	テキスト込み
対人スキル向上講座・・・ **CPC**;（ソーシャル・スタイル演習）	1日	@45,000	テキスト込み ＜事前アセスメントシート＞
科学的営業プロセスの再構築 営業マンのための **マーケティング戦略入門**	1日	@45,000	テキスト込み 「営業のポートフォーリオ」
Win-Winの関係を目指して・・・・ **ビジネス交渉術入門**	1日	@45,000	テキスト込み
流通業界を体系的に理解・・・ SEのための**流通業入門講座**	1日 2日	@45,000	テキスト込み

②　特別開催コース実施料金　（企業単独での開催）

インストラクター派遣料金	@400,000／日	マニュアル・ロイヤリティ費用は別途人数分

＊①のコースの参加費用は消費税が別途必要です。
＊テキスト込み：は原稿をお送りしますのでコピー作業・費用は主催者負担となります。
＊研修会場、研修用機材の準備は主催者側の負担となります。
（OHPプロジェクター、PCプロジェクター、VHSビデオデッキ＆TV,ホワイトボード等）
＊マニュアル代金、教材代金、ロイヤルティは別料金となります。
＊②特別開催コースのインストラクター派遣料金は源泉徴収料金込みの費用です。
＜400,000＝360,000（NET)＋40,000（源泉徴収分）＞
＊講師の研修会場までの交通費（東京駅起点）、宿泊費（@¥13、000）は別途請求いたします。
＊インストラクター派遣料金の設定は研修の実施の延べ日数で
1～ 5日は割引なし、
6～10日は10％割引、
11日以降は20％割引　　を適用いたします。
＊参加費用のご請求は都度「私塾・寺子屋」よりお送りいたします。
（当月末締め、翌月末までのお支払い条件です）
＊営業マン、管理職等の研修に就きましてはコースの組み合わせ等ご相談に応じます。
＜例１：営業研修コース（２日）　BSW＋CPC＞
＜例２：営業管理職〃　（２日）　図解入門＋マーケティング戦略入門＞
＜例３：営業ＳＥ管理職（２日）　ＣＰＣ＋実践！リーダーシップ＞