

アカウント・プランとオポチュニティ・プラン(実践プランニング)(3.0日)

顧客に信頼される 営業担当者	顧客のビジネス・ゴールの理 解と 提案可能領域	中期・短期の ソリューション領域	問題解決に直結する価値 の照明	競合との差別化
<p><目的> 単なるベンダーではなく、問題 解決型のアカウント。マネ ジャーとしての位置づけを確 保するための営業活動を理 解する</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ファネル管理 ●アカウント。マネジメントとオ ポチュニティ・マネジメント ●営業担当者に要求されるス キル領域 ●顧客との関係整理 	<p><目的> 問題解決型アカウントマネ ジャーとして知らなければなら ないことを理解する</p> <ul style="list-style-type: none"> ●顧客ビジネスの理解 ●顧客のビジネス上の課題 と事業戦略 ●相互利益を確保する組織 分析とセグメンテーション ●相互利益を確保するソ リューション提案領域 	<p><目的> 顧客のビジネスに直結するソ リューションの提供可能性を 見極める</p> <ul style="list-style-type: none"> ●顧客のビジネスにひもつけ たソリューションのマッピング (オフリングの決定) ●差別化要素とビジネス上の 価値の作りこみ 	<p><目的> 提案ソリューションを含めた 我社の価値を証明する</p> <ul style="list-style-type: none"> ●顧客にとっての我社の価 値 ●我社の価値をどのように 伝え続けるか 	<p><目的> 提案ソリューションを購入に 結び付けるためのアプローチ を知る</p> <ul style="list-style-type: none"> ●購買にかかわる顧客キー マンの行動 ●競合に打ち勝つ戦略 ●政治力学を利用した行動 計画
<p>トップの信頼の獲得</p>	<p>コースの目的と成果</p>			
<p><目的> スポンサー役員となるトップの 信頼感をいかに獲得するかを 知る</p> <ul style="list-style-type: none"> ●トップの関心 ●継続的にトップの信頼感を 確保し続けるには？ 	<p>長期の良好な顧客とのリレーションシップを構築し、維持することは、パートナーに安定したレベニューをもたらすばかりでなく、顧客にとってもなくてはならない重要なパートナーとなります。いわゆるベンダー体質からの脱却を図ることにつながります。</p> <p>そのためには、直近の商談だけに目を向けるのではなく、顧客のビジネスに直結したソリューション提案ができるよう、顧客に対する深い洞察に裏付けされたプランづくりが欠かせません。</p> <p>このコースでは、参加者の実際のアカウントを題材として、1-2年後を見据えたアカウント・プランの立て方をコンサルティング・ワークショップとして体系だて、実務ベースで学び、プランを策定します。</p> <p>また、必ず勝ち取るべき重要な商談を正しく評価し、戦略を立て、政治戦略を駆使した具体的な行動計画を作り上げる、これも実際の商談を持ち込み、コンサルティングワークショップの形でオポチュニティ・プランを策定します。さらにエグゼクティブ・スポンサーとの信頼関係の構築にもメスを入れます。</p> <p>参加者の前提条件：個人またはチームで20-30社の重要顧客を担当するアカウント・マネジャー及びバーチャル・アカウント・チーム（プリセールス、SE、コンサルタント、営業支援担当者及びそれらのマネジャー） チームとして参加するとさらに効果的となります</p>			