

  営業道場 JIN プログラム



BB INNOVATION



営業人  
.com

営業人のための  
お役立ち情報サイト  
<https://eigyojin.com/>

TRANSAGENT  
株式会社トランスエージェント

MIS MANAGEMENT  
INNOVATION  
SCHOOL

## ■ プログラムの狙い

営業における顧客創造の流れ（JINメソッド）を学び、実践と内省、フィードバックを通して、営業の基礎力を習得する。同時に営業として持続的な行動力の強化を図るために自身の軸（営業としての在り方）を確立し、仕事に対する自信を醸成する。

## ■ 対象者

- 営業経験 1 年以上の若手・中堅営業パーソン
- 再度基本に立ち返り、自身の活動を見直したいベテラン営業パーソン

## BtoB営業の役割

従来の営業  
(セールス)

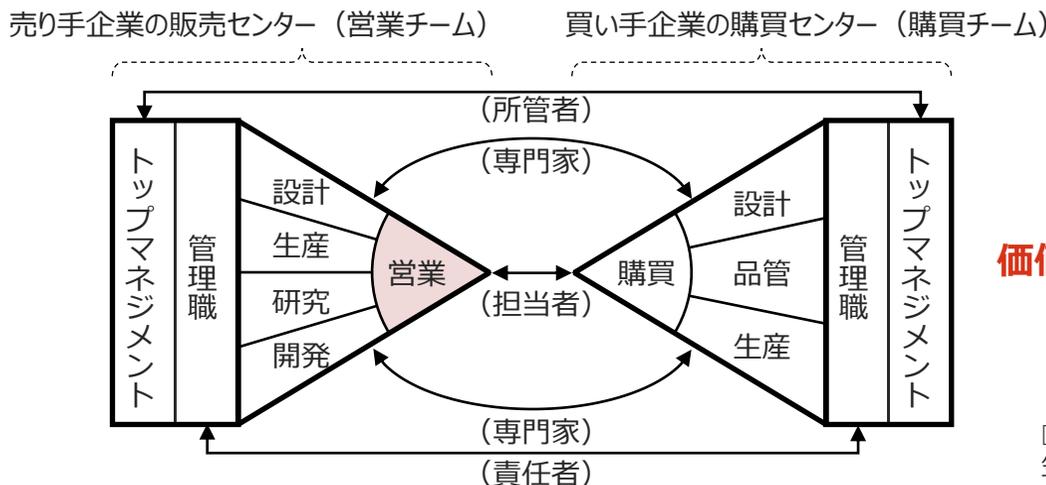


目指すべき営業



※ 顧客とのインターフェイスを司り、マーケティング4Pに影響を与える存在

## B2B市場における売り手企業と買い手企業間の協働的な交換関係



価値交換から  
価値創造へ

『戦略的産業財マーケティング B2B営業成功の7つのステップ』  
笠原英一 著 東洋経済新報社

顧客インターフェイス 「無」関係 → 「知合」関係 → 「取引」関係 → 「同志」関係

「新規開拓領域」 「深耕開拓領域」

顧客との関係性には段階があります。

新規開拓の場合は「無関係」から始まり、最終的に「同志関係」を目指していきます。

## ■ 顧客インターフェイス

- ・ 関係性がない状態
- ・ 新規開拓のスタートライン
- ・ 主体的な活動が求められる

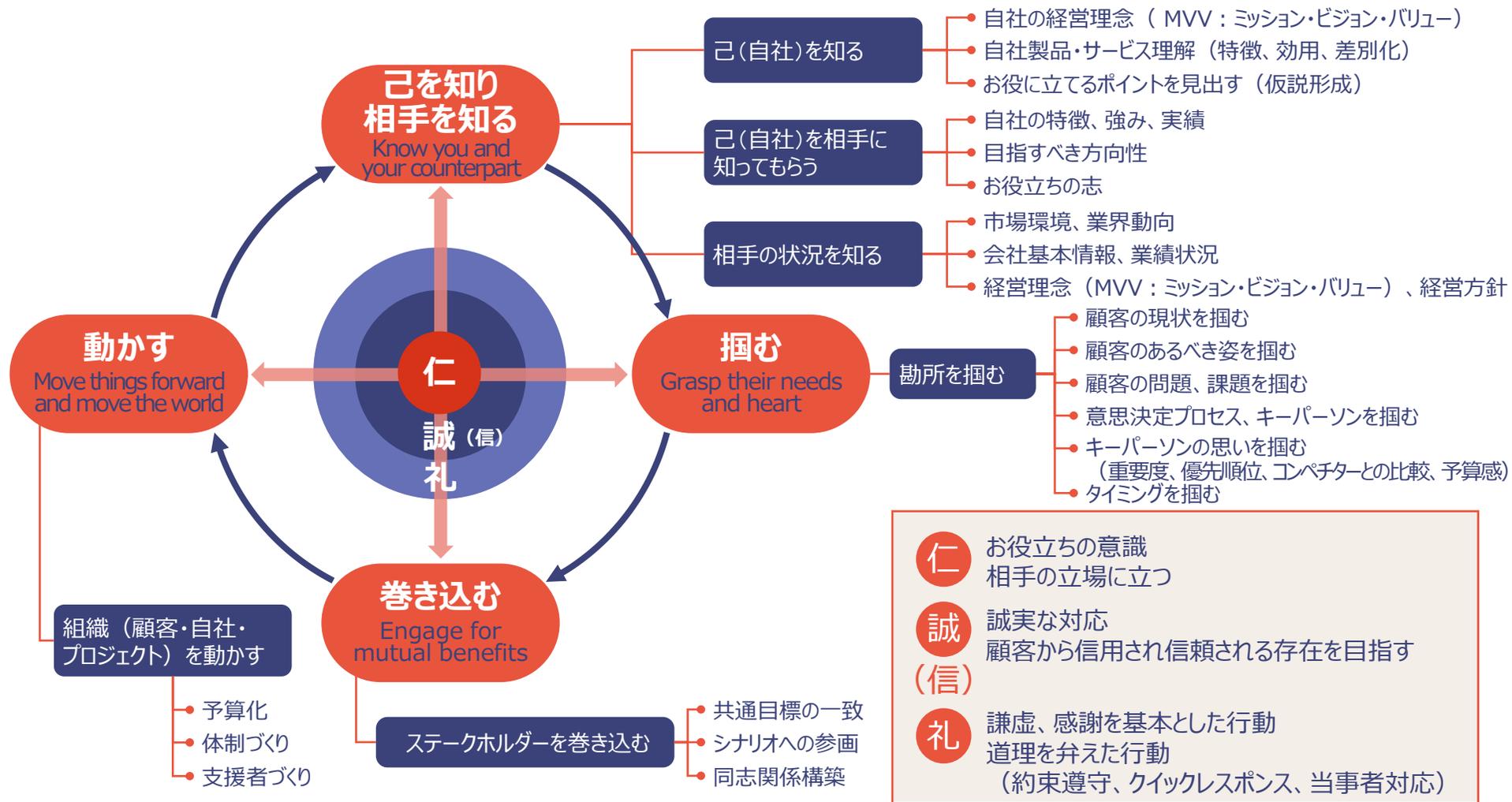
- ・ 存在を認知している状態
- ・ 顧客アプローチ
- ・ 互いを知る活動が求められる



- ・ 取引が成立している状態
- ・ 顧客満足 (CS) の追求
- ・ 顧客満足を意識した活動が求められる



- ・ 信頼関係が構築されている状態
- ・ カスタマーサクセスの追求
- ・ 共通目標を達成するための活動が求められる



## 目的

社会や顧客への**お役立ち意識と業績意識**を醸成し、**断り**にめげることなく、**失敗**を自身の糧とし、果敢に前に進んでいく**営業人としての土台**を確立する。



### 顧客中心主義

顧客の役に立つこと、自社の業績向上に寄与することは、時に相反しているように感じる。  
本研修では、顧客へのお役立ち意識を軸に、いかに業績向上に繋げるかを学ぶ。



### 断られるのが仕事

営業であれば、断られることは宿命。断られることを失敗とすれば、ほぼ毎日が失敗の繰り返しとなる。  
本研修では、失敗を糧とし、自身の成長と成功に繋げるヒントを得る。



### 営業を通して人間性を高める

自分にとって、営業という仕事をどのように位置づけるか、は営業人としての質を大きく左右する。  
本研修では土台となる考え方を確立する。

## ■ 3つの研修目標



営業としての軸（大切にしたい価値観・よりどころ）を確立する。



ステークホルダーを巻き込む「顧客創造プロセス」を理解する。



営業としての基本である「商談力」を身につける。



## ■ 日数：半日×9回 オンライン形式

回	事前準備	Day1	Day2	Day3	Day4	Day5
テーマ	これまでの営業活動整理	営業の在り方を考える	論語営業の理解	価値観の探索	JINメソッド概論の理解	JINメソッド 己を知り相手を知る
前半	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業活動の整理</li> <li>営業活動の課題を整理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アイスブレイク</li> <li>営業活動の課題共有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>前回のふりかえり</li> <li>論語営業とは</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>前回のふりかえり</li> <li>推奨される価値観の解説</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>前回のふりかえり</li> <li>JINメソッド概論の理解</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>前回のふりかえり</li> <li>己を知り相手を知る 概論</li> </ul>
後半		<ul style="list-style-type: none"> <li>営業マインド解説</li> <li>CIB(Co-Creative Interface Builder)とは</li> <li>ダイアログ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>肚をくくる</li> <li>義を見出す</li> <li>勇の発動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>価値観コンパス</li> <li>価値観の探索</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客インターフェースの理解</li> <li>無関係</li> <li>知合関係</li> <li>取引関係</li> <li>同志関係</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社を知る</li> <li>自社を相手に知ってもらう (特徴と利点の紐づけ)</li> <li>相手の状況を知る</li> </ul>
課題	営業実績シート	ふりかえりシート 「論語営業のすすめ」読む	実践記録シート 自己の価値観整理	価値観コンパス	営業実践シート	己を知り相手を知るシート

回	Day6	Day7	Day8	Day9	事後
テーマ	JINメソッド 掴む	JINメソッド 巻き込む	JINメソッド 動かす	JINメソッド 体現	たゆまぬ実践
前半	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前回のふりかえり</li> <li>・掴む概論</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前回のふりかえり</li> <li>・巻き込む概論</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前回のふりかえり</li> <li>・動かす概論</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前回のふりかえり</li> <li>・JINメソッド復習</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・営業活動の実践</li> <li>・定期的な振り返り</li> </ul>
後半	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客の勘所を掴む</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ステークホルダーを巻き込む</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・組織（顧客・自社・プロジェクト）を動かす</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客創造プロセス実践</li> <li>・総合活動計画</li> <li>・ラップアップ</li> </ul>	
課題	ヒアリングシート	目標設定シート シナリオシート等	営業戦略書	実行計画書	実行計画書

JINメソッドを身に  
着け、日々の営業に  
親しみ、自身を耕す



## ■ 想定する営業活動



### 法人営業の特徴

顧客の組織内に相談先がいくつかあり、1回の商談で契約に至るケースは少ない。



### 新規開拓の特徴

顧客との信頼関係の構築が求められ、既存顧客の深耕よりも一般的に難しい。

## ■ 論語営業



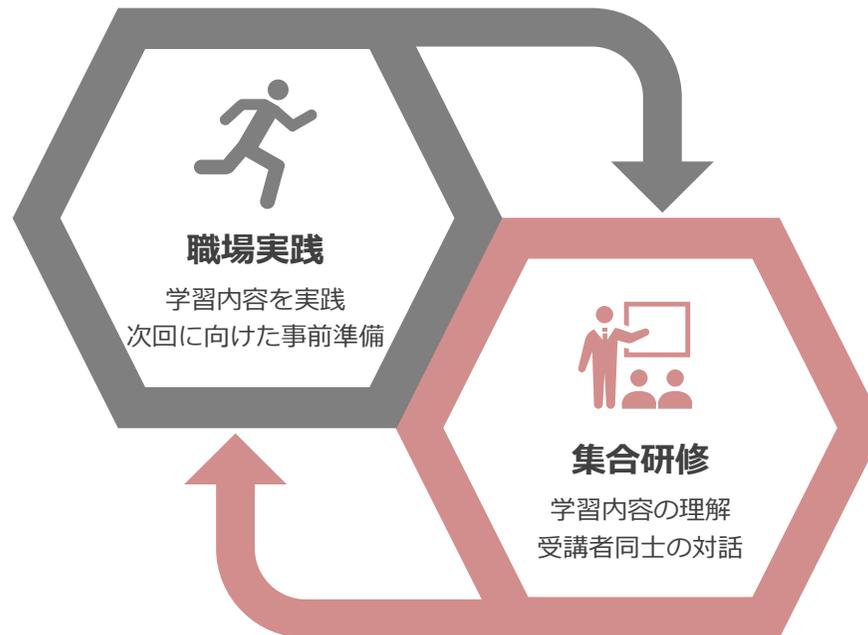
### 論語とは

孔子が人としてあるべき道について述べたことを、弟子たちがまとめた書のこと。

論語営業とは、商品・サービスを売るといった従来の営業目的と併せて、**自身の人間性を高める**ことを目指す考え方のこと。

## ■ 研修の基本構成

- アクションラーニング形式
- 現実の問題や課題を扱う
- 実行と振り返り
- 研修前の準備活動がある



- 参加者同士の対話形式
- 代表的なケースを扱う
- 概念を理解し、応用する
- 研修後の実践準備がある