
BtoB営業力強化 研修プログラムのご案内



例えば、営業の現場でこんなお悩みごとはございませんか？

組織の目線だと…

営業の「育成難」

- ・現場が忙しく人を育てきれていない
- ・人材育成に対する考え方に社内でギャップがある

営業の「標準化難」

- ・仕事のやり方が属人化している
- ・ハイパーフォーマーと平均的な人材との間で数字の差がある

営業の「人手不足」

- ・採用難、または離職率の増加
- ・ビジネスチャンスがあっても「人」の部分で生産性の蓄積がなく、業績に影響が出ている

営業は「孤独」な「個人戦」

- ・勝てば官軍、負ければ賊軍
- ・一人で仕事を進めるようになると自然とノウハウ共有の機会が無くなる

個人の目線だと…



現代の営業組織の課題解決

突破口のキーワードは「個の力の強化」×「組織開発」

これまでの営業組織では「個の力」を非常に重要視してきました。

「営業研修」を提供する研修会社や産業教育団体はあまた存在しますが、そんな事情を反映してその多くが「個の力の強化」「個人のスキルトレーニング」に力点を置いています。

営業組織においては「個の力」はなかなか否定しきれないものであり、またこれまでの営業組織の歴史を考えるとこうした状況になってしまうのは致し方ない部分もあるのかもしれませんが。

しかし、現在の企業活動の環境を考えると、営業の「個の力」に頼りきった営業活動は限界に来ています。

若い営業職は仕事に対しての見切りが早く、「向いていない」「ここでは成長できない」「成果が上げられない」となるとすぐに辞めてしまうのです。

こうした状況では営業力や成果の積み上げが難しく、属人的な状況から抜けられない「業績下降の負のスパイラル」に陥ってしまう可能性があります。

未来マネジメントの営業研修のコンセプトは「『個の力』の強化×組織開発」です。

これまで個人商店の寄せ集めだった営業組織に「学び合いの場」を創ることで「ノウハウを共有できる」「個人の教訓を組織の教訓に昇華する」活動を進めています。

研修の実施形式について

この資料でご紹介の研修は **オンライン型** と **集合/対面型** の両方に対応しております。研修の進め方や使用するツール等についてはご相談ください。

お困りごとから探す

オンライン商談のスキルアップを図りたい	3p
中途入社 of 営業社員に研修を行いたい	3p
営業の基礎的なスキルを身につけさせたい	4p
営業の商談スキルを強化したい	4p～6p
営業のプレゼンテーションスキルを強化したい	5p
営業に自信を持ってクロージングさせたい	6p
交渉のスキルを体系的に身につけさせたい	6p
営業としての戦略立案スキルを高めたい	7p
顧客企業とのパートナーシップを強化したい	8p
営業管理職のマネジメントスキルを強化したい	9p

受講対象から探す

営業配属の新入社員	4p
営業配属の中途社員	4p
配転者	4p
若手営業社員	4P～6p
中堅営業社員	5P～7p
ベテラン営業社員	6P～8p
営業管理職	9p
その他 オンライン商談をする営業職	4p

※掲載のカリキュラムは一例です。
研修の内容はご要望や受講生の実情に合わせてカスタマイズいたしますので、
お気軽にご相談くださいませ。



オンライン商談スキル研修

受講対象	新入社員、若手社員、中堅社員（定員30名以内）	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ● ZoomやMEET、TEAMSといったオンラインツールの基本的な使い方と、オンライン商談ならではのポイントを理解する ● オンライン商談ならではのポイントに即して、商談台本の作成とスライド等の視覚物作成のトレーニングを行う 		

1日目

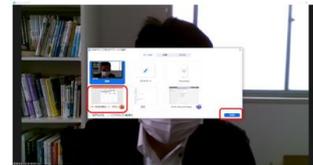
1. オンライン商談と対面商談の違いとは
 - ・オンライン商談で発生する課題の共有
 - ・オンライン商談を上手く進めるためのポイント解説とトレーニング
2. オンラインツールの基礎機能
 - ・よく使う基礎的な機能（画面共有など）の理解
3. オンライン商談のスクリプト作成
 - ・POINT話法
 - ・視覚物（スライド等）作成上のポイント

2日目

- ・会社案内作成のポイント（作成→発表）
- ・商品PR作成のポイント（作成→発表）
4. 「伝わる」伝え方
 - ・オンラインにおける話し方の特徴と注意点
 - ・オンライン商談のロールプレイング
5. 商談場面で大切な「聴くこと」
 - ・ヒアリングスキルのポイント理解

オンラインのグループ討議でファイル共有を行うやり方 

「共有するウィンドウまたはアプリケーションの選択」というポップアップが表示されますので、その中から共有したいファイルを選び、「共有」をクリックしてください。



POINT話法

- P Purpose(目的) 話の目的から伝える
 O Outline(概要) 話の概要を伝える
 IN Input(相手の意見) 一言相手に意見を尋ねる
 T Transition(移行) 問題がなければ本題に移行する

中途入社営業社員研修

受講対象	中途採用営業社員（定員20名以内）	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	● 営業に期待されている役割を理解して、活躍できる営業へのマインドセットを図る		

1日目

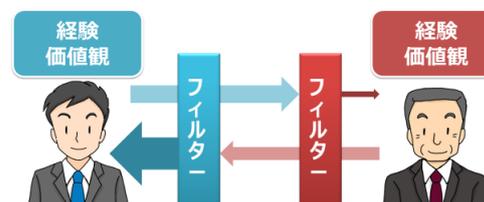
1. 自社の事業を理解する
 - ・ドロッカー 5つの質問について考える
 - ・グループ討議：自社の置かれた環境について理解を共有する
 - ・期待役割の整理と課題の整理
 - ・まとめ
2. 商談の基本「会社を売り、自分を売り、商品を売る」
 - ・記憶に残る商談、残らない商談
 - ・自己紹介の重要性
 - ・自己紹介のトークスクリプト作成（作成→発表）

2日目

- ・会社PRの重要性
- ・会社PRのトークスクリプトづくり（作成→発表）
- ・商品PRの重要性
- ・商品PRのトークスクリプトづくり（作成→発表）
3. 営業交渉スキルを強化する
 - ・交渉のプロセスを理解する
 - ・応酬話法の解説/演習
 - ・交渉スキルの解説/演習
 - ・研修のまとめ

組織観、価値観、仕事観のギャップ

普段意識されることはほとんどないが、
人は会話する時にはそれぞれの「経験」「価値観」の
フィルター越しに会話をしている テキスト6P



営業基礎研修

受講対象	新入社員、若手社員、配転者（定員20名以内）	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ● 営業に期待されている役割を理解して、活躍できる営業へのマインドセットを図る ● 営業の基本となる「会社の売り方」「自分の売り方」「商品の売り方」を理解し、習得する 		

1日目

1. 営業の役割理解と営業のマインドセット
 - ・企業の目的を理解する（企業の目的は顧客の創造である）
 - ・営業の役割を理解する
 - ・「顧客が感じる価値観や信頼感」に繋がる要素を理解する
 - ・BtoBの営業が目指す姿とは
2. 商談の基本「会社を売り、自分を売り、商品を売る」
 - ・記憶に残る商談、残らない商談
 - ・自己紹介の重要性
 - ・自己紹介のトークスクリプト作成（作成→発表）

2日目

- ・会社PRの重要性
 - ・会社PRのトークスクリプトづくり（作成→発表）
 - ・商品PRの重要性
 - ・商品PRのトークスクリプトづくり（作成→発表）
3. 「会社を売り、自分を売り、商品を売る」スキル
 - ・PR時の注意点
 - ・クッション言葉と応酬話法
 - ・会社PR→自己PR→商品PRロールプレイング

営業の役割とは何か。 Mirai Management テキスト8P

マーケティング アンド セールス

**企業にとって、必要不可欠の存在であり、
「営業力」が企業の生き残りの条件である。**



アプローチスキル向上研修

受講対象	新入社員、若手社員、中途採用者、配転者 (定員20名以内)	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ● アプローチで競合と差をつけることを理解する ● アプローチで顧客を惹き付けることができる「会社や事業のこと」「営業自身のこと」「提案する商品・システムのこと」を的確に伝えるスキルを習得する 		

1日目

1. 顧客が購入を判断する要素
 - ・ブランド力、商品力、営業の売り方
2. アプローチで狙う成果
 - ・アプローチで狙う成果は何か
 - ・再訪につなげるテーマは何か
3. アプローチスキルを磨く
 - ・アプローチの目的は何か
 - ・アプローチで顧客を惹き付けるために必要なこと
 - 自社と取引することのメリットと惹き付けポイント（作成→発表）
 - 営業と付き合いすることのメリットと惹き付けポイント（作成→発表）
 - 商品を採用することのメリットと惹き付けポイント（作成→発表）

2日目

- ・顧客を惹き付けるトークスクリプト
アプローチトークの効果的な組み立て法
(PREP、ホールパート+物語)
 - ・アプローチ商談ロールプレイング
4. 顧客との関係を強化する会話
 - ・世間話の意味と基本
 - ・世間話ロールプレイング

共通のテーマ/共通の目標

話題の重心

相手の都合 ← → こちらの都合



ヒアリングスキル向上研修

受講対象	新入社員、若手社員、中堅社員、 中途採用者、配転者 (定員20名以内)	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ●顧客の個別事情に合わせた提案に結びつけるために、顧客が抱えている問題や顧客の考え方を聞き出すヒアリングスキルを磨く ●顧客の顕在ニーズと潜在ニーズを引き出す質問の仕方を習得する 		

1日目	
1.顧客が関心を持ってくれる提案とは	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客は個別事情を抱えている ・顧客の担当者によって関心事は異なる ・キーマンをつかみキーマンの関心ごとをつかむ
2.ヒアリングスキルを磨く	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒアリングの目的は何か ・必要情報収集のポイントとテクニック
3.顧客の個別ニーズを明確にするための質問	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客の状況を聞き出すための質問 ・状況を聞き出す質問を組み立てる (作成→発表)

2日目	
・顧客が抱えている不満や問題を聞き出す 顧客の現状における「不」「非」「未」を聞き出す	
・不満や問題を聞き出す質問を組み立てる テーマの設定と質問内容の具体化 (作成→発表)	
・質問ロールプレイング	
4.ヒアリングで狙う成果	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒアリングで狙う成果は何か ・不足情報をとる



相手の話を 聞く

訊く

聴く

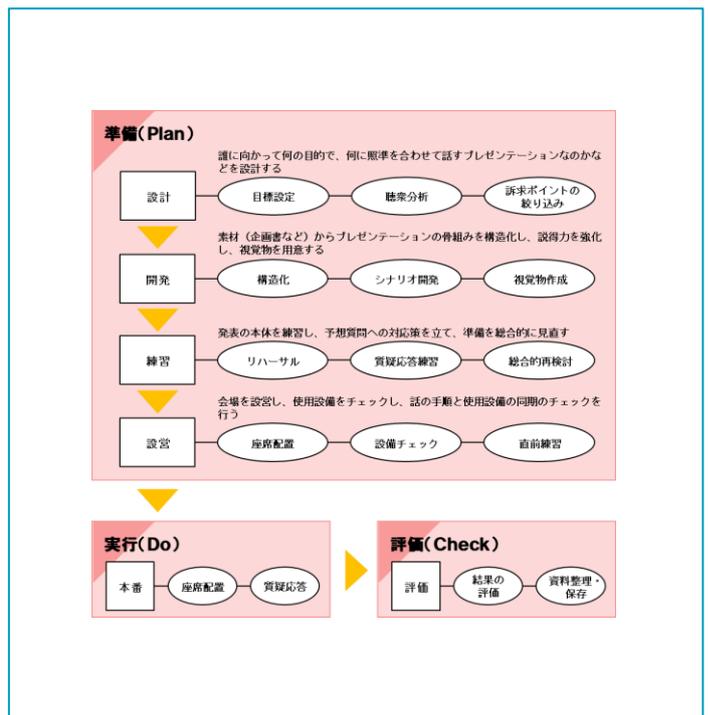


プレゼンテーションスキル向上研修

受講対象	若手社員、中堅社員、 中途採用者、配転者 (定員20名以内)	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ●プレゼンテーションで相手に何を訴えたいのかの『訴求ポイントを明確にする力』を身につける ●訴求ポイントを明確にする内容の組み立て方 (論理的展開) を習得する ●プレゼンテーションでの話し方の基本を習得する 		

1日目	
1.プレゼンテーションとは	<ul style="list-style-type: none"> ・プレゼンテーションとは何か ・なぜ・どのようにプレゼンテーションするのか
2.プレゼンテーションの設計の仕方を学ぶ	<ul style="list-style-type: none"> ・目標の設定と達成基準 ・聴衆分析 ・訴求ポイントの識別
3.プレゼンテーションの開発の仕方を学ぶ	<ul style="list-style-type: none"> ・全体構成 (序論での主張/本論での展開と/結論でのハイライト) ・説得力を高めるために必要なこと

2日目	
4.プレゼンテーションでの訴求力を高めるための論理展開法	<ul style="list-style-type: none"> ・ピラミッドストラクチャーによる論理展開 ・プレゼンテーション内容をつくる (作成→発表) ピラミッドストラクチャーを活用した論理展開を使う (訴求ポイントは/主張点は/差別化は)
5.聞き手が理解・納得する巧い話し方	<ul style="list-style-type: none"> ・聞き手に好印象を与える態度 ・プレゼンテーション実施時の動作の留意点 ・プレゼンテーションロールプレイング



クロージングスキル向上研修

受講対象	若手社員、中堅社員、ベテラン社員、 プレイングマネジャー (定員20名以内)	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ●顧客が意思決定をする際に生じる障害を察知し、早期に取り除くクロージング活動の在り方をつかむ ●クロージング場面で発生する顧客との交渉ごとに強くなるための交渉スキルを磨く 		

1日目

- クロージング活動とは何か
 - ・「プレゼンテーションをしたから顧客の判断を待つ」ではない
 - ・クロージングとは顧客の意思決定の鍵をつかみ成約に持ち込むこと
- 顧客の意思決定構造のチェック
 - ・顧客の意思決定構造の把握は正しいか
 - ・キーマンの考え方や意図は把握できているか
 - ・キーマンの自社・競合先に対する好感度は把握できているか
- プレゼンテーションの結果を評価する
 - ・プレゼンテーションへの参加状況と参加者の意識、理解と納得度
 - ・質問への回答は理解が得られたか

2日目

- 意思決定を促進する活動に持ち込む
 - ・担当者の意思を固めさせ、障害を聴き出す
 - ・障害を乗り越える再提案書を提出する
 - ・デモなどでキーマンに実体験してもらう
 - ・「担当者はOK、キーマンの意思決定はまだ」で成すことは
- 成約の最終障害を取り除く
 - ・交渉力とは
 - ・何が交渉ごとなのかをつかむ (品質、価格、納期、場所、アフター)



交渉力強化研修

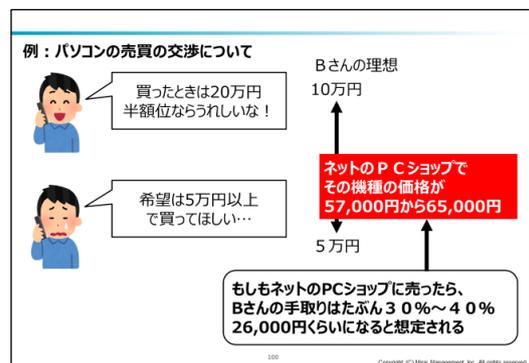
受講対象	中堅営業、ベテラン営業、営業マネジャー (定員 15名以内)	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ●交渉の力を高めるために準備の重要性を理解し、準備のやり方を理解する ●演習とロールプレイングを通して交渉スキルの定着を図る 		

1日目

- 交渉の基本となる考え方
 - ・交渉を理解する簡易演習
 - ・交渉の種類
 - ・交渉の定義と用語の理解
 - ・簡易ケーススタディ
 - ・交渉マトリクス
- 交渉のプロセスと説得の3要素
 - ・交渉のプロセスとスキル

2日目

- ・交渉に関連するコミュニケーショントレーニング
- 交渉のケーススタディ
 - ・交渉マトリクス作成
 - ・準備の演習
 - 総合演習
 - ・ケース説明、準備、ロールプレイング
 - ・相互コメント
 - ・研修のまとめ



営業マーケティング研修

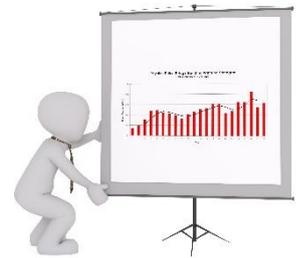
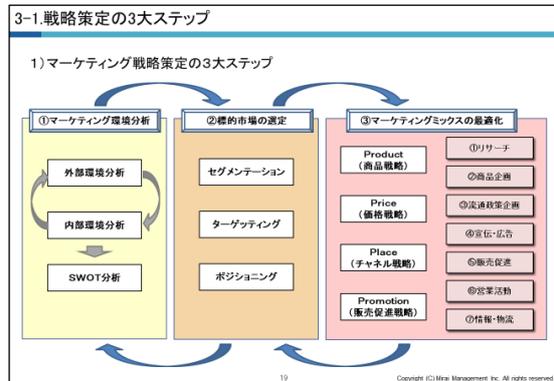
受講対象	中堅社員、ベテラン社員、営業マネジャー (定員15名以内)	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ● エリア戦略の立案に必要な「マーケティング戦略立案の基本ストーリー」への理解を深める ● 「マーケティングの流れ」に沿って、各々を構成するフレームワークへの理解を深める ● エリア戦略立案時に使いこなせるように、フレームワークの意味と使い方を掘り下げる 		

1日目

1. マーケティング戦略の基礎
 - ・マーケティング環境の変化
 - ・マーケティング戦略の流れ (基本構造)
2. 環境分析
 - ・マクロ環境分析 (PEST)
 - ・ミクロ環境 (5フォース)
 - ・PEST分析と5つの力が及ぼす影響〔演習〕
 - ・内部環境分析
3. SWOT分析
 - ・マトリックスSWOTでの戦略策定〔演習〕

2日目

4. マーケティング戦略立案における主要な考え方
 - ・マイケル・ポーターの競争戦略
 - ・コトラーの競争地位戦略 & ランチェスター戦略
5. STP
 - ・セグメンテーション/セグメントの切り口〔演習〕
 - ・ターゲティング/魅力的な市場・顧客を選ぶ〔演習〕
 - ・ポジショニング/ポジショニングマップの活用〔演習〕
6. 4P
 - ・商品戦略の考え方と使い方〔演習〕
 - ・価格戦略の考え方と類型
 - ・チャネル戦略の考え方とチャネル政策
 - ・プロモーション戦略の考え方と道筋づくり〔演習〕



営業戦略立案研修

受講対象	ベテラン社員、営業マネジャー (定員15名以内)	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ● 営業としてのプラン作成の基本を「方針→戦略→重点策→実行策」の流れで理解する ● マーケティング戦略立案ストーリーに基づいた事業計画づくりの枠組みを活用した、プラン作成力の強化につなげる 		

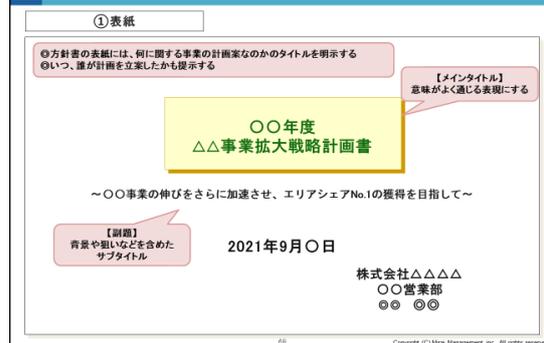
1日目

1. マーケティング戦略策定の3大ステップ
 - ・マーケティング戦略策定の3大ステップ
 - ・マーケティング環境分析と標的市場の選定
 - ・マーケティングミックスの最適化
2. マーケティング戦略3大ステップに基づく現状の掘り下げ
 - ・マクロ環境分析+ミクロ環境分析〔演習〕
 - ・SWOT分析〔演習〕
 - ・戦略骨子となるSTPの掘り下げ〔演習〕
3. マーケティングミックスの最適化
 - ・重点ターゲットごとの4Pの具体化〔演習〕

2日目

4. プラン作成に向けて
 - ・マーケティング戦略ストーリーを方針書に落とし込む〔演習〕
 - ① 方針書のテーマ
 - ② 方針の概要 (背景、目的、概要)
 - ③ 方針策定の背景 (SWOT分析→基本戦略)
 - ④ 重点エリアとターゲット
 - ⑤ 重点ターゲット攻略に対する自社の位置づけ
 - ⑥ 重点ターゲット攻略のための実行戦略と実行策、重点課題
 - ⑦ 事業収支計画
 - ⑧ アクションプラン

6-1. 方針書(事業計画書)の見本

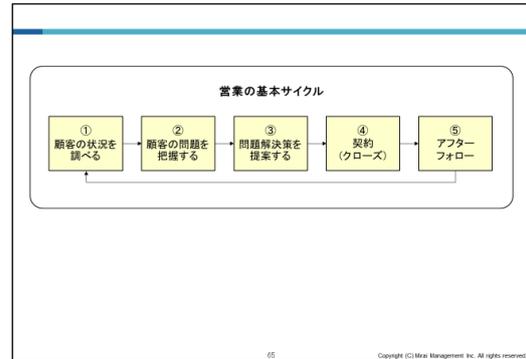


ソリューション営業力強化研修

受講対象	中堅社員、ベテラン営業、営業マネジャー (定員20名以内)	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ●ソリューション営業へ営業スタイルを変えていくために何が必要かを理解する ●ソリューション営業のプロセスに沿って、変えていくべきポイントや強化すべきポイントは何かをつかむ 		

1日目

- 1.ソリューション営業の必要性
 - ・ソリューション営業の原点とイメージと質
 - ・ソリューション営業の基本プロセス
- 2.ソリューション営業のプロセスを構築する仮説検証
 - ・仮説検証思考とは
 - ・仮説検証のサイクルを循環させるとは
 - ・ソリューション提案のステップ
3. (ステップ1) 顧客が抱える問題を発見する
 - ・情報を収集する
 - ・顧客の問題を発見する視点



2日目

- ・情報収集の強みと弱み〔演習〕
 - ・顧客の問題を発見する〔演習〕
4. (ステップ2) 問題を分析し、課題を明確にする
 - ・問題を明確にするために (数値で明確に/言語で明確に)
 - ・問題を分析・整理するために
 - ・顧客の問題を分析し、課題を明確にする〔演習〕
 5. (ステップ3) 課題解決の企画を立案する
 - ・目的と手段の連鎖思考
 - ・制約条件思考 (阻害要因の把握と対策)
 - ・解決企画を立案する〔演習〕

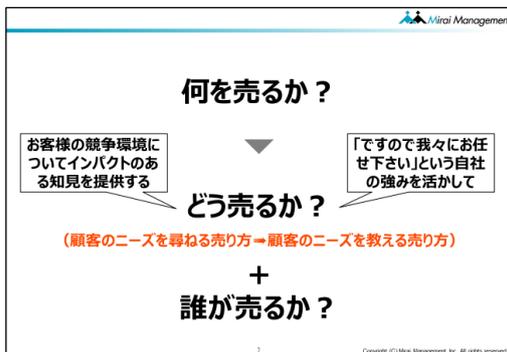


コンサルティング営業力強化研修

受講対象	中堅営業、ベテラン営業、営業マネジャー (定員 15名以内)	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ●「顧客のニーズを尋ねる売り方」から「顧客のニーズを教える売り方」への転換を図る ●営業という個のスキルアップだけでなく、組織能力の開発の必要性を理解する 		

1日目

- 1.顧客に提供する「知見」
 - ・自社の強みと弱みと提供できるソリューション
 - ・顧客に提供できる知見を生み出す
 - 顧客のビジネスや抱えている問題の把握〔演習〕
 - 顧客に知見を提供するアイデアの創出〔演習〕
 - ・顧客に行動を起こさせる事実とデータ
 - ・顧客に行動を起こさせるために必要なデータ〔演習〕



2日目

- 2.「知見」提供の商談のすすめ方
 - ・地ならしと再構築
 - ・裏付けを提示し心を揺さぶる
 - ・新しい方法の提示
 - ・ソリューションの提案
 - ・知見提供のトークスクリプト作成〔演習〕
 - ・知見提供ロールプレイング



営業マネジメント研修（プロセス管理力向上編）

受講対象	営業マネジャー（定員15名以内）	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ● 部下を育成するための「育成視点」を的確につかみ、育成目標を明確にする基本ステップを学ぶ ● 営業マネジメントに必要な「プロセス管理」についての理解を深め、プロセス管理の押さえどころをつかむ 		

1日目	
1. マネジメントと営業の育成	<ul style="list-style-type: none"> ・マネジメントの決め手とは ・営業マン育成の4つの視点
2. 部下育成目標の立て方	<ul style="list-style-type: none"> ・部下育成目標の設定 ・部下育成目標を明確にして設定〔演習〕 ・部下指導計画の作成 ・部下指導計画作成〔演習〕

2日目	
3. プロセス管理力を高める	<ul style="list-style-type: none"> ・受注力向上につながる活動管理 活動管理/キーマン管理/情報管理 ・見込み管理の判断基準 ・見込みの判断基準の明確化〔演習〕 ・顧客との関係の判断基準 ・顧客との関係の明確化〔演習〕
4. プロセスをマネジメントする仕組み	<ul style="list-style-type: none"> ・プロセスを管理する仕組みの必要性 ・プロセス管理と日報、週報

プロセス目標の捉え方(新規顧客の開拓)

この図は、新規顧客の開拓におけるプロセス管理の視点を示しています。左側の「営業プロセス」は、受注、見積り、見込み、提案、案件化、初期アプローチ、事務情報へと進みます。右側の「顧客の成長」は、受注、見込み、提案、案件化へと進みます。中央には、顧客の成長力には個人差があるという前提で、プロセス管理の重要性が示されています。また、顧客の成長力には個人差があるという前提で、プロセス管理の重要性が示されています。

3D Figure: A 3D figure holding a circular diagram with the stages: Plan, Do, Check, Act, Review, Analyze, Prepare.

営業マネジメント研修（部下との対話スキル向上編）

受講対象	営業マネジャー（定員15名以内）	実施形式	集合 または オンライン (ZoomまたはMEET、TEAMSに対応)
研修の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ● 部下指導における「コミュニケーション」の持つ役割と重要性を学ぶ ● 部下に伝え、部下を動かす対話指導の進め方を習得する 		

1日目	
1. 部下育成の重要性	<ul style="list-style-type: none"> ・部下の成長指導の基本的心得 ・部下を育成することの重要性 ・部下の成長を図る6つのステップ
2. 部下指導で重要なコミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスにおけるコミュニケーションの重要性 ・話し方を磨くには ・コーチング3つの基本スキル

2日目	
3. セールスマネジメントのタイプ	<ul style="list-style-type: none"> ・部下の成熟度と指導スタイル
4. 営業現場における対話の種類と進め方	<ul style="list-style-type: none"> ・目標統合対話の進め方 ・進捗指導対話の進め方 ・評価に基づく成長指導対話の進め方 ・機会指導対話の進め方
5. 業績低迷部下の指導	<ul style="list-style-type: none"> ・対話時の留意点 ・効果的なOJTのポイント

3-1. Plan段階のコミュニケーション

1. 目標と課題を部下と統合する

① 統合の準備	<ul style="list-style-type: none"> 1. 自分の想いを具体化する 2. 統合すべき内容について決意を固める 3. 上役に相談する 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 自部門をどのようにしたいかを明確(文章化)にする(社内での位置づけ、目標、集団全体の成長など) 2. 個々の部下についてのガイドライン(目標、成長課題、期待行動など)を明確(文章化)にする 3. 必要に応じて事前に上役とすり合わせ、アドバイスを得る。
② 現状認識の統合	<ul style="list-style-type: none"> 1. 管理職の想いを伝える。 2. 部下の考えに傾聴する。 3. 考え方にズレがあれば徹底的に話し合い統合を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 日常の親密関係の度合いによって、話題や時間のかけ方は調整する。 2. 想いをぶつける場合の留意点 <ul style="list-style-type: none"> ・我々の現状はどなっているのか ・我々は何を目標としようとしているのか ・部下のおかれている状況はどうか ・その状況下で部下にどうなっていてほしいのか ・そのとらえ違いや考え違いについては妥協しない。 3. 管理職の情熱を伝えることが目的

3D Figure: A 3D figure sitting on the word 'ADVISE'.

BtoB営業力強化 研修プログラム お問い合わせフォーム

お問い合わせフォームは必要に応じてコピーをお取りください。

お問い合わせ者様情報

貴社名			
ご住所	〒		
TEL		FAX	
部署		役職	
ご氏名		E-Mail	

お問い合わせ内容

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 営業の基本的な教育を見直したい | <input type="checkbox"/> 営業の離職率を低下させたい |
| <input type="checkbox"/> 営業の教育体系を作成したい | <input type="checkbox"/> 営業により効率的な訪問をさせたい |
| <input type="checkbox"/> 営業のマニュアルを作成したい | <input type="checkbox"/> 営業業務の効率化を図りたい |
| <input type="checkbox"/> 営業のヒアリング体系を作成したい | <input type="checkbox"/> 競合他社と営業の差別化をしたい |
| <input type="checkbox"/> 営業にトークスクリプトを創る力を付けさせたい | <input type="checkbox"/> 自社の営業に必要な力を分析/検討したい |
| <input type="checkbox"/> 営業にクロージングの力を付けさせたい | <input type="checkbox"/> その他 |

その他 自由記入欄

以下のいずれかの宛先まで本紙をお送りいただけますようお願いいたします。

E-Mail	inquiry_mm@miraimanagement.co.jp
FAX	03-6272-8571

《本件のお問い合わせ》

未来マネジメント 営業部

TEL : 03-6272-8570 (平日10:00~17:00受付)

お問い合わせフォームの電子ファイルをご希望の方は、
上記メールアドレスまでご連絡ください。
エクセルファイルをお送りします。

新人の早期育成指導・支援を行うOJT担当者のための『OJT GUIDE NOTE』のご案内

「OJT GUIDE NOTE」は
OJT担当者と新人の不安や空回りを解消し、
着実な指導育成計画・実行で新人を目指す姿に導くための
ツールです！

- OJTトレーナーを任命した！でもそのあとはトレーナーまかせ……
- OJTトレーナー研修で計画してみた！でもそのあとは新人まかせ……

OJT担当者

「やり方がよくわからない。
私が指導してもいいのだろうか？」

「自分の仕事が忙しすぎて指導
する時間がとれない」

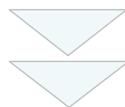
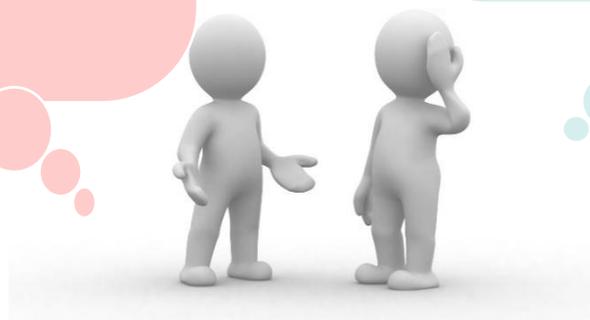
「私が新人の時はいちいち教えて
もらわなかった。
わざわざ指導する必要って
あるの？」

新人

「自分は何をしたらいいのだろうか？」

「放っとかれてるみたいで不安」

「本当にここにいていいのかな
自信がなくなりそう……」



こんなお悩み、「OJT GUIDE NOTE」
が解決いたします！

知る

- ・OJTの基礎知識
- ・OJTトレーナーの役割を知る
- ・新人の特性を知る

伝える

- ・指示、命令を伝える
- ・対話
(OJT期間の初期・中期・終了時)

育てる

- ・計画をたてて実行する
- ・習得度評価をして修正する
- ・最終目標に到達させる



(商品ページイメージ)

A4版冊子 モノクロ 80ページ
価格 1冊 2,200円 (税込)
 送料 全国一律1,100円 (税込)
 ※33,000円 (税込) 以上のお買い上げ送料無料

【特長】

- ・新人育成指導に必要なエッセンスを集めました
- ・テキストとワークシートが1冊にまとめ、初めての指導でもOJT期間全体を把握しやすい構成です
- ・各企業様ごとの指導プログラムとの併用が可能です
- ・育成計画の作り方、進捗チェックシートなど、PDCAサイクルに基づいた育成計画が作成できます

『OJT GUIDE NOTE』のお問合せやご注文は、
FAXまたはホームページからどうぞ！



FAXご注文書 (下記)

→FAX送信先番号 : 03-6272-8571



未来マネジメント ホームページ

URL <https://www.miraimanagement.co.jp>

貴社名	部署名
フリガナ お名前	ご住所 〒
e-mail	
T E L	F A X
<input type="checkbox"/> 商品購入希望 (ご注文数 セット)	<input type="checkbox"/> サンプルを見たい、使い方の詳細が知りたい
<input type="checkbox"/> 人財育成、企業研修についての情報がほしい	

— ご記入いただく情報について —

お預かりした情報は、今後の各種イベント、セミナーのご案内や当社および協賛各社からの製品情報のご案内に、利用させていただくことがあります。
 ご案内が不要なお客様は、当社にご連絡をいただければ電子メール、DM等の送信発送を中止いたします。当社では、記入していただいた情報を当社個人情報保護方針にのっとり適切に管理し、お客様の承諾なく上記以外の第三者に開示・提供することはありません。当社の個人情報保護に関するお問い合わせは、「個人情報お問い合わせ窓口」にお願いたします。
 電話 : 03-6272-8570 (平日10:00~17:00受付) FAX : 03-6272-8571

未来マネジメント 代表者挨拶

VUCA時代に活躍できる人材の育成支援を通して、
企業の発展に寄与していきます

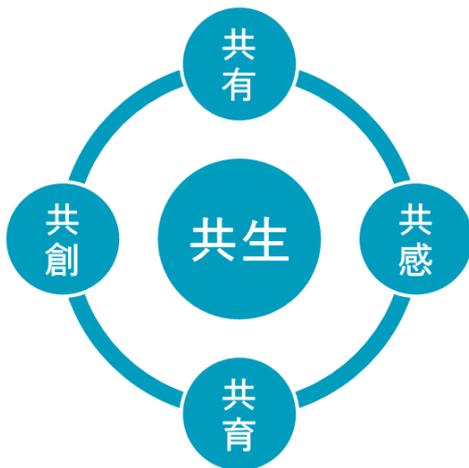
近年、企業の中核資産である「人材」の流動化が加速し、企業は採用と離職の短期サイクルへの対応に迫られ、未来視点に立った人材育成・教育に対する意識と行動が薄れていく状況にあります。このような状況の中で聞こえてくるのは「優秀な人材が欲しい」、「もっと人材が定着して欲しい」という願望です。また、働く人たちのキャリア志向は高まり、所属企業の人材づくりビジョンの有無やポータブルスキルの習得機会の有無への関心が非常に高くなっています。

VUCA時代（予測困難で不確実な時代）に自社の人材を「活躍できる人材資産」にするためには、企業の育成に対する考え方のバージョンアップと継続的な育成施策が欠かせない要件になっていると言っても過言ではありません。そのためには、自社にとっての「優秀な人材とはどのような人材か」を定義した育成計画を推進する、ポータブルスキルだけでなくアンポータブルスキルの習得策を推進する、などは欠かせない取り組みとなるでしょう。

未来マネジメントは、活躍できる人材づくりを支援する専門のコンサルタント集団です。創業以来、人材における「マクロ視点」と、顧客の実情という「ミクロ視点」を顧客と共有し、人材の育成支援を通して顧客との「共生」という関係性を構築してまいりました。これからも顧客の人材育成の方向性に沿った最適な人材育成計画を提案・実行し、「人材」という資産を創る支援を続けてまいります。

代表取締役社長 杉山 久

未来マネジメントバリュー



共有

顧客の考え方・価値観と私たちの考え方・価値観とを分かち合い、相互理解を深めます。

共感

顧客の言葉に込められた思いや感情を汲みとり、心からの納得を導きます。

共育

顧客に真摯に学び、かつ、顧客に熱心に主張して、常にステップアップへの一歩を求めます。

共創

顧客と協力的にチャレンジし、未来につながる新しいものを創ります。

共生

顧客とともに築いたすべてを大切に、未来において発展し続けます。

会社案内

【商号】	株式会社未来マネジメント
【所在地】	〒102-0093 東京都千代田区平河町2-12-2 藤森ビル5階
【電話番号】	03-6272-8570
【FAX】	03-6272-8571
【代表取締役】	杉山 久
【設立】	2011年4月
【HP】	https://www.miraimanagement.co.jp

主な事業内容のご案内



研修サービス

未来マネジメントの研修サービスのこだわりは「カスタマイズ」。
パッケージの研修も決して否定するものではありませんが、こういったアプローチは
どんな状況にも必ずしも当てはまるものではありません。
未来マネジメントでは「全てのケースはユニークである」と考え、多くの企業様で
カスタマイズ前提の研修サービスをご提供しています。

研修を効果あらしめるために、真のカスタマイズへの挑戦を続けています。



コンテンツ開発サービス

未来マネジメントの事業の2本目の柱は業務マニュアル等のコンテンツ開発を通して
企業のナレッジマネジメント構築の支援を行うことです。
未来マネジメントでは「その企業ならではの知見」「その業界ならではの商慣習」といった
「現場ならではの暗黙知」の価値を重要視しています。
近年では社員育成ノートの販売や表現としてマンガを取り入れたマニュアル作成も行っています。

「暗黙知」を「形式知」へ、「見えない資産」を価値ある「組織の共有財産」へ。



その他 研修に付随したコンサルティング

上記サービスに付随して「社内認定制度」「社内資格の試験」「教育体系立案」といった
研修に付随した制度を設計するコンサルティングサービスもご提供しております。
現場で活用すべき「知識」「技術」「考え方」の定着施策としてのコンテンツ開発から「実践
訓練」「知見の創発/共有の場」としての研修まで豊富な実績を基に「やっただけで終わらない」
人財育成施策をワンストップでご提供しております。

「やって終わり」ではなく「浸透」「定着」をゴールにしたサービスの提供を。

主な取引先一覧

アルフレッサ株式会社
株式会社インターネットインフィニティ
エプソン販売株式会社
会計検査院
株式会社共立
株式会社サンキュウリサーチアンドクリエイト
株式会社スリーボンド
株式会社タカラ薬局
TGテクノ株式会社
株式会社ナリコマホールディングス
日本フィールドエンジニアリング株式会社
三菱電機 F A 産業機器株式会社
三菱電機システムサービス株式会社
株式会社広島銀行
堀田丸正株式会社
ミサワリフォーム株式会社
株式会社ミントウェブ
国立研究開発法人理化学研究所
リンナイ株式会社
YKKAP株式会社

株式会社イーグル建創
株式会社栄工社
大井電気株式会社
関西ビジネスインフォメーション株式会社
株式会社コスモネット
シャープビジネスソリューション株式会社
積水化学工業株式会社カンパニー各社
株式会社たけびし
協働組合富山問屋センター
日本情報クリエイティブ株式会社
日本郵政株式会社
三菱電機エンジニアリング株式会社
林兼冷蔵株式会社
株式会社フロンティア
株式会社マイプリント
株式会社ミロク情報サービス
明治製菓ファルマ株式会社
株式会社リクシル住生活ソリューションズ
リンク情報システム株式会社
株式会社ワコム

石友リフォームサービス株式会社
株式会社永山
沖縄菱電ビルシステム株式会社
救心製薬株式会社
山九株式会社
新生紙パルプ商事株式会社
大成温調株式会社
トヨタホーム茨城株式会社
株式会社永谷園
日本ステージ株式会社
三菱電機株式会社
三菱電機住環境システムズ株式会社
株式会社日立ハイテクフィールドディング
株式会社フリーデン
株式会社スキハウスHCサポート
株式会社ミヤハラ
株式会社モスフードサービス
菱越電機株式会社
ロイヤルホールディングス株式会社

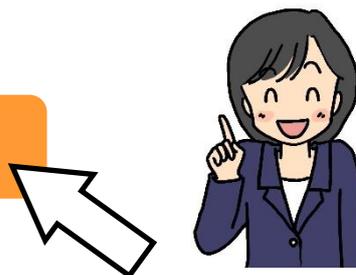
他（順不同、敬称略）

人財育成に関するヒントがもりだくさん！
未来マネジメントホームページも是非併せてご覧ください
研修、その他営業人財の育成についてご相談承ります

<https://www.miraimanagement.co.jp>

未来マネジメント

検索



お問い合わせ

株式会社未来マネジメント
営業部

〒102-0093 東京都千代田区平河町2-12-2 藤森ビル5階
Tel:03-6272-8570
Fax:03-6272-8571
E-mail:inquiry_mm@miraimanagement.co.jp

