

目標予算を達成できるプロ営業マンを育て上げる

プロフェッショナル 第16期
全6回

営業マン育成コース

2025年
10/8^水
開講

行動が変わる
営業マン研修がここにある!!

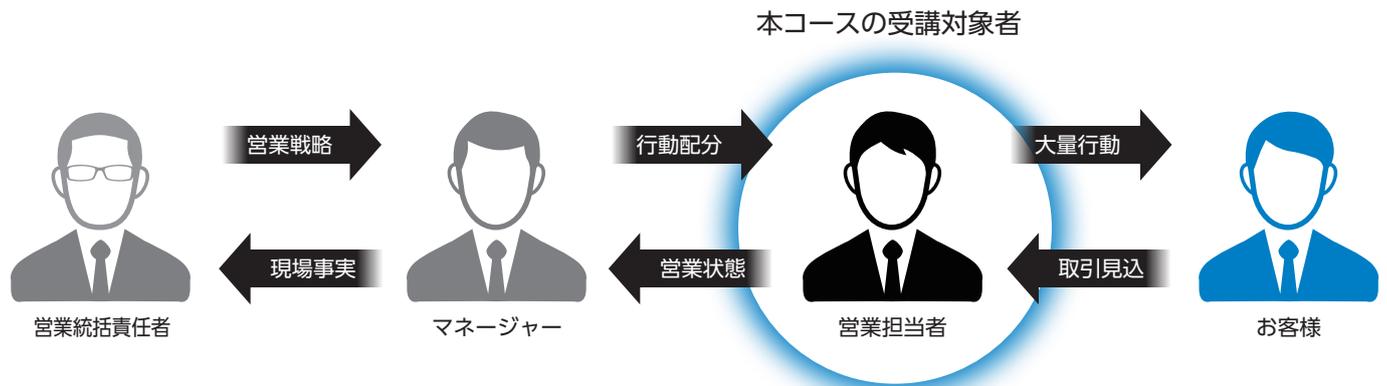
主催

大阪中小企業投資育成株式会社
〒530-6128 大阪市北区中之島 3-3-23
TEL 06-6459-1700 FAX 06-6459-1703

企画

株式会社 アタックス・セールス・アソシエイツ
〒450-0002 名古屋市中村区名駅 4-4-10
TEL 052-586-8836 FAX 052-586-8832

はじめに



ある会社の営業A君は、知識と経験がないから「お客様のところへ行けない」と嘆いています。そして自分に営業センスがないと考え、営業ではない新しい仕事を探そうとしますが、なかなか正社員として雇ってもらえません。

ある会社の営業Bさんは、「目標を達成できないのは商材のせいだ」と諦めています。結果を出していない引け目から残業、休日出勤を繰り返し、時間だけが過ぎていく。最近では会社に出てくるのが億劫になってきているようです。

市場の浮沈にかかわらず、目標を達成できない営業マンのストレスは降下することはありません。さらに彼らのマネジメントを任された管理者たちは、十分にリーダーシップを発揮できず、ますます悩みを深めています。

現場の行動変革を促すべきか、マネージャーの意識を改革させるべきか、経営者たちは大きな壁にぶつかっています。

が、迷うことはありません。断言します。
変えるのは「現場の行動変革」が先です！

なぜなら「現状維持バイアス」は若い方のほうがはずしやすいからです。「現状維持バイアス」とは、現状に甘んじている自分を変えられないバイアスのことですが、これは年齢が高くなればなるほど、実績があればあるほど過去を懐かしく思い、変化を無意識のうちに遠ざけてしまいます。

今こそ若い営業マンの行動を変えるべきです。
ストレスを感じることなく成果を出せるように
行動改革をさせ、いかなる環境にも対応し目標を達成させる
「プロフェッショナル営業マン」を育成すべきなのです。

カリキュラム

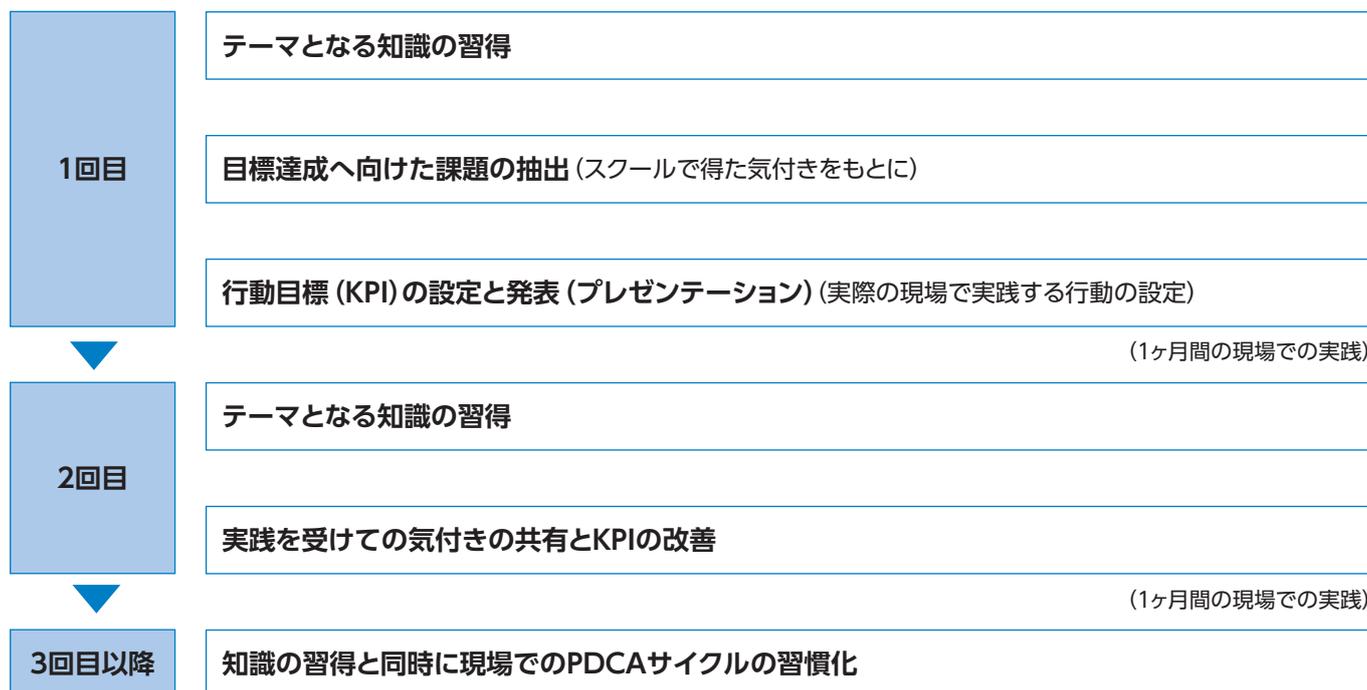
第1回	目標予算を達成させる思考と技術（超行動）
第2回	営業の効率化とスケジュール管理テクニック
第3回	プロフェッショナルマナーと人間関係構築テクニック
第4回	プロフェッショナル営業トーク（ヒアリング編）～対面営業・Web営業～
第5回	プロフェッショナル営業トーク（売り込み編）～対面営業・Web営業～
第6回	プロフェッショナル営業マーケティング

実際にあらゆる企業の業績改善に携わったコンサルタントだからこそ、スクールの内容は実践的です。スクール参加者は現場での実践において得た気付きや経験を体に叩き込めるだけでなく、同じ志を持った他企業の仲間との触れ合いにより、強靱な営業力を体得することができます。

営業現場の改善で高い評価を得ている研修内容だからこそ可能となる個人コンサルティングに近い研修です。ぜひご参加ください。

※なお意欲が著しく低い方、および知識の習得のみで実際の行動を変えられては困る、という企業様からのご参加は固くお断りさせていただきます。

基本的な流れ



これまでの受講生からの声

今回の研修で新たな「気づき」が得られたところはどのような点ですか



受講者

効率よく、工夫すれば、
行動量は増やせる
ことが理解できた
その結果、提案件数も増え、
売上増に繋がりました

目標への逆算で考えることで、
今の行動が変わること

限界の基準は
自分が決めるのではなく、
相手に認知して
もらえるまでやり抜く
ものであるということ

接触回数が増えると
信頼関係が構築できる

現状維持バイアス
さえ外せば、
誰でも変わることができる

営業活動は自分でコントロール
できることがほとんどで、
外部環境に左右されることなく、
自分の努力量で解決できる

他者視点で
物事を考える
ことで自分の営業活動を
客観視できた

ご派遣企業 受講生上長様からの声

ご派遣企業様から研修の成果について実感いただいています

この研修は考え方がシンプルで
即営業活動に反映でき、
行動量が着実に増えている
新規顧客が順調にできている
のも研修の成果なのでは

目標数字に対する
責任感が強くなっただけでなく、
現状と目標のギャップが
明確になったことで
行動が具体化されてきた

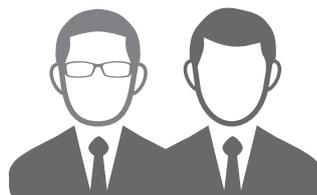
特に報連相が密になり、
より効率的な営業活動
ができるようになった

講師だけでなく、
他業種の受講者と交流したことで
より視野が広がってきた

積極的な発言・行動が増え、
間違いなく行動量が増えた
また、得意先との絆を構築
することに注力するようになった

受講した営業マンの実績が
出てきている。
若手の伸び盛りの
営業に対して有益と感じる

現状でできることを
頑張るという思考から、
目標から逆算して行動する
という発言ができるようになった



受講生上長様

(終了後アンケートにてご回答企業様から、
「大変意義があった」「まずは成果はあった」と
研修の成果を実感する旨のご回答をいただきました)



目標予算を達成させる 思考と技術(超行動)

開催日時

2025年

10月8日水

10:00~17:00

営業は目標予算を達成させることが仕事です。
そのためにはお客様に対する能動的な行動が不可欠です。
行動量と行動スピードをどのようにしたら
アップするのかを脳科学的な観点でお伝えいたします。

1 マーケットバリューのある人材とは

- 1) 営業の仕事は「目標予算を達成させること」
- 2) 他社へ行っても通用する人材か? 「市場価値」について
- 3) 過大な目標にもコミットするから成長できる!
- 4) 「目標の高さ」と「ストレスの強さ」に相関関係はない

2 『予算達成脳』を作り上げる

- 1) 目標予算は経営陣が考えるもので、営業が積み上げるものではない
- 2) 「達成する」ではなく、「達成させる」ための行動習慣
- 3) 「予算達成脳」を作る「空白の原則」
- 4) 予算達成に脳をフォーカスする「焦点化の原則」

3 予算達成のための行動マネジメント

- 1) 行動しながら考える習慣を身につけよう
- 2) 「頭でっかち」は百害あって一利なし
- 3) 苦手意識は「場数」で克服する…刺激馴化の法則
- 4) 行動が増えるから、結果的に「効率化」が実現する

4 予算達成のためのモチベーション管理

- 1) 「言い訳」「後知恵」の習慣を徹底的に治療する!
- 2) ストレスをためる原因は「曖昧な覚悟」と「自分への甘さ」
- 3) ルールを厳格にすることでストレスは軽減する
- 4) モチベーションを上げるに「仕組み」は不可欠

5 予算達成のためのKPI設定(グループワーク)

- 1) 課題の抽出 予算達成のために「自分」がやるべき事
- 2) 課題の分類 いつまでに改善するのか?
- 3) 課題の分解 予算達成のための具体的な行動、阻害要因は何か?

6 KPIを100%行うコミットメント

(全員プレゼンテーション)

- 1) プレゼンテーション (KPIの目的と具体的なアクションプラン)
- 2) コミットメントの本当の意味 (できないとは言わせない仕組み)

※KPI(キー・パフォーマンス・インディケータ) …目標達成の鍵となる定量的な行動指標



営業の効率化と スケジュール管理テクニック

開催日時

2025年

11月6日(木)

10:00~17:00

行動量を増やしてから業務効率化、
スケジュール管理テクニックを覚えると
腹に落ちやすくなります。

第1回の研修でコミットした行動量がかなり増えてくるこの時期に、
計画営業の極意を徹底レクチャーします。

1 正しい営業活動の効率化

- 1) 営業の「効率化」を主眼においてはならない!
- 2) 生産性アップには「手順」がすべて
- 3) 大量行動をするから結果的に「効率化」する
- 4) 効率化のための「KPI」と「コミットメント」

2 「目標達成」のためのセルフマネジメント

- 1) 「目標達成」の鍵となる大量行動
- 2) 大量行動を習慣化するための考え方
- 3) ルールを厳格に運用することでストレスは激減する
- 4) ノーストレスで営業活動をするテクニック

3 営業業務の棚卸し

- 1) KPIを軸に現状の業務を見直す
- 2) 「時間がない」という言い訳が出なくなる考え方
- 3) 【事例紹介】業務棚卸しシートの事例
- 4) 「業務棚卸しシート」の正しい記入手順

4 行動量を維持するための「スケジュール管理」

- 1) 行動もしないのに「選択と集中」などありえない!
- 2) スケジュール管理にも正しい手順がある
- 3) 「面談時間」よりも「面談回数」
- 4) 説得技術から考える「回数」の理論

5 トップセールスのタイムマネジメント

- 1) トップセールスは「朝一」にメールチェックしない
- 2) 「タスク」と「アポ」の優先順位
- 3) 限られた時間を最大活用するためのテクニック
- 4) グループウェアと手帳の効果的な使い方

6 行動量を自身の行動計画に組み込む

- 1) 現状の行動計画で本当に予算は達成するか?
- 2) 現状の維持を破壊する「ディフレーム」!
- 3) こうすれば必ず「ムリ・ムダ・ムラ」はなくなる
- 4) やらざるを得ない環境作りがストレスをゼロにする

7 全体戦略の検証と行動計画の見直し

- (全員プレゼンテーション)
- 1) KPIの振り返りと気付き
 - 2) 行動計画の修正と見直し
 - 3) 全体に向けた再コミットメント



プロフェッショナルマナーと 人間関係構築テクニック

開催日時

2025年

12月8日 月

10:00~17:00

営業は商材の特性をお客様に伝えるだけが仕事ではありません。
お客様との信頼関係を築き、正しい人脈・人間関係作りが不可欠です。
社内で立ち回るうえでも、どのようなマナーや礼儀作法を
心掛けるべきかを初心に戻って振り返ります。

1 プロの営業マンのマナーとは？

- 1) なぜ、マナーを身につけるのか？
- 2) 基本は「メラビアン」の法則」
- 3) 見かけと声で商談の成否は9割決まる
- 4) 第一印象だけではない！ 第三印象こそコントロールせよ

2 絶対押さえてはならない「プロフェッショナル作法」

- 1) 名刺交換と「バックトラッキング」
- 2) お客様の名前を呼ぶ効果
- 3) Web商談時の名刺交換は？

3 営業マンの悩み、ダントツNo.1はお客様との信頼関係

- 1) 営業活動における不安・第1位とは
- 2) 営業活動の●%は、信頼関係構築に費やすべし
- 3) もっとも簡単な信頼関係のつくり方
- 4) 単純接触を味方につけよ

4 信頼関係を築くコミュニケーション

- 1) コミュニケーションの正しい手順
- 2) なぜ、ミスコミュニケーションが起きるのか？
- 3) ミスコミュニケーションを防ぐ解決策
- 4) 営業プロセス別の関係構築テクニック

5 商談時の「超基本テクニック」

- 1) なぜ最初に「雑談」をするのか？
- 2) 3つの表情を使い分ける
- 3) 営業パーソンの服装は、お客様目線で選ぶ
- 4) Web商談時の注意点は？

6 商談前の「仕込み」

- 1) どの顧客に行くべきか
- 2) 顧客の誰と会うべきか
- 3) 自社の誰に動いてもらうのか
- 4) 顧客理解・自社理解を深めるのがマナーである

7 トップセールスは「社内営業」もプロフェッショナル

- 1) 社内の人間関係を軽視するな
- 2) 「社内人脈リスト」は顧客リストと同様に宝物
- 3) 上司と「信頼関係」を構築する3ステップ
- 4) 社長を動かすボス・マネジメント

8 全体戦略の検証と行動計画の見直し

- (全員プレゼンテーション)
- 1) KPIの振り返りと気付き
 - 2) 行動計画の修正と見直し
 - 3) 全体に向けた再コミットメント

開催日時

2026年

1月14日※

10:00~17:00

研修前に比べ行動量が劇的に増えているはずです。
こうなってはじめて「質」の向上に目を向けます。
営業トーク編前半はヒアリング技術を学びます。
ただ単純に耳を傾けるだけでなく、
戦略的なヒアリング手法を、演習を交えながら習得します。

1 コミュニケーションの本質

- 1) なぜコミュニケーションは「言葉」を使うのか?
- 2) 「言葉」を使うことでトラブルが発生する
- 3) 言葉の3つの特性

2 非言語コミュニケーションの重要性

- 1) 「喋る」ことだけがコミュニケーションではない
- 2) お客様の視覚をコントロールせよ
- 3) お客様の聴覚をコントロールせよ
- 4) 点ではなく線で好印象を与える

3 信頼関係を構築するヒアリングテクニック

- 1) いきなり商談に入っていないか?まずは雑談から
- 2) 【ワーク】雑談のワーク
- 3) 2つの質問テクニックを使い分ける
- 4) お客様のニーズを深掘りするテクニック
- 5) お客様の本気度を見極める4つの質問「BANT」

4 ペーシング技術

- 1) プリフレーム…相手の断り文句を防ぐ最強のテクニック
- 2) イエセット…イエスを3度以上もらう技法
- 3) バックトラッキング…簡単にイエスを取得する方法
- 4) 【ワーク】ペーシング技術演習

5 誰でもすぐに実践できる「ヒアリング演習」

- 1) 【ワーク】ヒアリング演習(準備)
- 2) 【ワーク】ヒアリング演習(グループ)
- 3) 講師&受講生からのフィードバック

6 Web営業での「ヒアリング」は?

- 1) 営業マンが主導権を握れるのは、圧倒的に「Web商談」
- 2) Web営業でのヒアリングテクニック
- 3) Web営業の味方「アジェンダ」
- 4) Web営業は事前準備がすべて

7 全体戦略の検証と行動計画の見直し

- (全員プレゼンテーション)
- 1) KPIの振り返りと気付き
 - 2) 行動計画の修正と見直し
 - 3) 全体に向けた再コミットメント



開催日時

2026年

2月19日 日

10:00~17:00

相手の話を聴けるようになってからリードする技術を学びます。
コミュニケーションが苦手な方でも、
仕組みと手順さえ間違えなければ
正しいクロージングができるようになります。
今回も演習を交えながら習得します。

1 売り込みの基本

- 1) お客様に「買ってください」と言っているか?
- 2) なぜ、売り込むことに抵抗を覚えるのか
- 3) 売り込みの必須要件は「言い切り」
- 4) 言い切るために必要な2つの要素

2 リーディング技術

- 1) ドア・イン・ザ・フェイステクニック…譲歩の返報性を利用した話法
- 2) ダブルバインド…二者択一を利用することで失注を回避する
- 3) Iメッセージ (アイメッセージ) …代表的なコーチング技術
- 4) ローボール…まずは小さな要求からお客様のイエスを得る

3 誰でもすぐに実践できる「売り込みトーク演習」

- 1) お客様の要望をまとめるパラフレーズ
- 2) 【ワーク】売り込みトーク演習 (準備)
- 3) 【ワーク】売り込みトーク演習 (グループ)

4 Web営業での「売り込み」は?

- 1) Web営業での売り込みテクニック
- 2) Web営業では視線をコントロールせよ
- 3) Web営業は「事前準備」がすべて

5 営業トーク強化の落とし穴

- 1) 営業トークを磨く理由は
- 2) 営業トークだけを強化しても目標達成しない訳
- 3) 木を見て森を見ない、三流の営業マン
- 4) 超一流の営業マンは、森を見る

6 営業スキルより先にマスターすべき「営業●●」

- 1) 営業はスキルじゃない、●●だ
- 2) 目標達成するマネジメントのパターン、目標達成しないマネジメントのパターン
- 3) 最低でも目標を達成させるメソッド「予材管理」
- 4) ロジカルシンキングで目標達成を実現させる

7 目標達成を軸に考える

- 1) 仕組みとコミュニケーションで目標達成を導く
- 2) 予材管理シート…目標達成を一元管理しPDCAを回す
- 3) KPIカウントシート…目標達成のためにやるべきことのPDCAを回す
- 4) ポテンシャル分析シート…行くべき先を明らかにする
- 5) 予材配線図…会うべき人を明らかにする

8 全体戦略の検証と行動計画の見直し

- (全員プレゼンテーション)
- 1) KPIの振り返りと気付き
 - 2) 行動計画の修正と見直し
 - 3) 全体に向けた再コミットメント



プロフェッショナル 営業マーケティング

開催日時

2026年

3月11日 水

10:00~17:00

案件を創出させるには、大量行動で顧客と接触数を最大化させ関係構築することとあわせ、

マーケティングの発想を取り入れることにより、効率的に案件を発生させることが可能となります。

本講義では、基本的なマーケティングミックスの発想を中心に実践的な手法に落とし込み行動を結果につなげるための道筋を学びます。

1 マーケティングの目的・役割とは

- 1) 欧米では業種や規模を問わず、マーケティングの専門部署が必ず存在する
- 2) マーケティングの目的は案件を創出することである
- 3) 目標予算から逆算したマーケティング立案方法

2 プロの営業マンが持つ営業現場のマーケティング発想

- 1) マクロな視点で考える(外部環境分析、内部環境分析)
- 2) ミクロな視点で考える(STP、4P)
- 3) 実践で役に立つマーケティングフレームワーク

3 営業現場で考える「マーケティング・ミックス」

- 1) 短期思考の「白地」にばかりフォーカスをしているとリスクが高い
- 2) 長期安定型の「白地」——「ストック」のバランス
- 3) プロダクトアウトの発想から提案営業を実施する方法
- 4) 営業ポテンシャルは「チャンネル」にあり

4 顧客の拡大余地を考える「ポテンシャル分析」のやり方

- 1) 営業現場から逆算したマーケティング戦略
- 2) なぜマーケティングは机上の空論になりやすいのか?
- 3) 「白地」は、既存顧客の深耕、新規顧客の開拓の2種類
- 4) ポテンシャル分析の手順について

5 マーケティング発想で実践するお客様とのつながり方

- 1) マスアプローチとパーソナルアプローチ
- 2) 販売チャンネルの洗い出し
- 3) マーケティング導線設計から課題の抽出とプラン策定

6 成約率をあげるマーケティング手法

- 1) KPI・KGI設定
- 2) 少人数で高速PDCAサイクルを実施
- 3) マーケティングオートメーションを活用した実施・検証方法

7 全体戦略の検証と行動計画の見直し

(全員プレゼンテーション)

- 1) KPIの振り返りと気付き
- 2) 行動計画の修正と見直し
- 3) 全体に向けた再コミットメント



開催要領

対 象 | 向上意欲のある営業担当者

(徹底指導の研修ですので、参加意欲の著しく低い方のご参加はお控えください)

日 時 | 第1回 10月 8日(水)
第2回 11月 6日(木)
第3回 12月 8日(月)
第4回 1月14日(水)
第5回 2月19日(木)
第6回 3月11日(水)

申込HP



<https://sbic-wj.seminarone.com/sc20251008-r/event/>

<各日10:00~17:00(昼食休憩13:00~14:00)>

講 師



岩山 真子氏 (株式会社アタックス・セールス・アソシエイツ コンサルタント)

大手賃貸不動産のFC加盟会社での法人営業に3年間従事し、歴代最速で社長賞を受賞。「営業手法は電話営業もしくは飛込訪問のみ」という営業スタイルながら、上場企業をはじめとする12,000社に対しアウトバウンドセールスをおこない、550社に上る販路開拓に成功(FC加盟店350店舗において、全国1位)。新規立ち上げ部署として、事業拡大に貢献した。アタックス入社後は、年間1,000名に上る経営者や営業マネジャー、現場の営業担当者と面談を実施。営業課題をヒアリングする中で蓄積したノウハウを元に、中堅・中小企業への現場指導をおこなう。若手社員向け営業セミナーの受講者満足度は90点超え。過去250名以上の新入社員に対して実施した新入社員研修においては、決めた行動を必ず最後まで実行する「やり切る習慣」の定着化を図るなど、実務に即した指導をおこなうことから、若手営業社員や新入社員のブレイクスルー支援に定評がある。

場 所 | 大阪中小企業投資育成株式会社 セミナールーム

(大阪市北区中之島3-3-23 中之島ダイビル28階)

参 加 費 | 投資先企業価格 181,500円/人(うち消費税16,500円・昼食含まず)

一般企業価格 236,500円/人(うち消費税21,500円・昼食含まず)

申込締切 | 2025年9月30日(火)

申込方法

- ①大阪投資育成のホームページもしくは上記二次元コードからお申し込み下さい。
- ②参加申込書到着後、開催1ヶ月前より請求書、会場略図をご送付いたします。
- ③ご入金後の取消しの場合、参加費の返金はいたしかねますので、代理の方のご参加をお願いします。
- ④お申込が10名に達しない場合は中止させていただく場合があります。

お問合先

大阪中小企業投資育成株式会社
セミナー事務局 (担当: 福山・藪本)
〒530-6128
大阪市北区中之島3-3-23
中之島ダイビル28階
TEL: 06-6459-1700
FAX: 06-6459-1703

