

営業・販売スキル



# 営業の基本とマインドセット

営業の役割と心構え | 顧客志向・信頼関係・営業プロセス

## 実施時間

最小: 40分～  
推奨: 4時間程度

## 実施形式

オンライン / 対面 / ハイブリッド /  
LMS / eラーニング

## 対象者

営業担当者 / 営業マネージャー候補

試作版です。掲載・カスタマイズに関するご相談はお気軽にどうぞ。

# 講座概要 / 対応可能形式

## 講座概要

営業の役割と心構え | 顧客志向・信頼関係・営業プロセス

対応可能形式	カスタマイズ可能項目	受講環境
<ul style="list-style-type: none"><li>オンライン</li><li>対面</li><li>ハイブリッド</li><li>LMS / eラーニング</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>対象者・階層に応じた内容調整</li><li>研修時間（実施時間からの拡張・短縮）</li><li>実施形式（オンライン / 対面 / ハイブリッド）</li><li>業界別ユースケースの差し替え</li><li>社内ルール・既存制度への反映</li><li>演習データ・事例の差し替え</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>オンラインツール: Zoom / Google Workspace</li><li>PC（カメラ・マイクが利用できる環境を推奨）</li><li>詳細な受講環境は実案件のヒアリング後に調整します。</li></ul>

上記は講師として対応可能な共通条件です。講座個別の確定仕様ではなく、実案件ではヒアリング後に調整します。



# カリキュラム概要

## Unit 1

### 営業の役割と心構え

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

## Unit 2

### 顧客志向の営業姿勢（御用聞きからの脱却）

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

## Unit 3

### 信頼関係の構築（ラポール）

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

## Unit 4

### 営業プロセスの全体像

詳細カリキュラム: 後続ページに掲載

本ページは各ユニットの見出しのみを掲載しています。ユニットごとの全項目は後続の「詳細カリキュラム Unit X」ページに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は実案件のヒアリング後に調整します。

# 詳細カリキュラム Unit 1

## 営業の役割と心構え

- ・ 営業とは：「売る」ではなく「価値を届ける」仕事
- ・ なぜ営業が必要なのか：人と人の信頼が売上を作る
- ・ 脳科学の「対人報酬系」：人から買いたい本能
- ・ 営業の3つの役割：価値創造・関係構築・情報収集
- ・ 役割1：価値創造（顧客の課題を解決する）
- ・ 役割2：関係構築（長期的な信頼を築く）
- ・ 役割3：情報収集（市場の声を社内に届ける）
- ・ 心理学の「互酬性の原理」：与えれば返ってくる
- ・ 「売れる営業」と「売れない営業」の決定的な違い
- ・ 売れる営業：相手の立場で考える・聞く力がある
- ・ 売れない営業：自分の都合・話しすぎる・押し売り
- ・ 営業マインドセットの5原則
- ・ 1. 顧客第一主義：常に顧客の利益を考える
- ・ 2. 誠実さ：嘘をつかない・約束を守る
- ・ 3. 情熱：商品への愛・仕事への誇り
- ・ 4. レジリエンス：断られても立ち直る力
- ・ 5. 学習意欲：常に成長し続ける姿勢
- ・ 行動経済学の「損失回避」：断られる恐怖を克服する
- ・ 「NO」は拒絶ではなく「今じゃない」
- ・ 断られることは営業の通過点：100回断られて1回成約
- ・ 営業の成功法則：量×質×継続
- ・ 量：たくさんの顧客に会う
- ・ 質：一人ひとりに価値を提供する
- ・ 継続：諦めずに続ける
- ・ 脳科学の「報酬予測誤差」：小さな成功が意欲を生む
- ・ 実践ワーク：自分の営業マインドセットをチェックしよう

Excel「計画書ver2」G列のライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

## 詳細カリキュラム Unit 2

---

### 顧客志向の営業姿勢（御用聞きからの脱却）

---

- ・ 御用聞き営業の限界：「何か困ってませんか？」では売れない
  - ・ 脳科学の「デフォルトモード」：人は現状維持を好む
  - ・ 3つの営業スタイル：御用聞き・提案型・課題解決型
  - ・ 御用聞き営業：顧客の要望を聞いて対応するだけ
  - ・ メリット：楽・関係維持
  - ・ デメリット：価格競争・成長しない・差別化できない
  - ・ 提案型営業：商品やサービスを提案する
  - ・ 「こんな商品があります」の紹介
  - ・ 課題解決型営業：顧客の課題を見つけて解決策を提示
  - ・ 「こんな課題ありませんか？解決策はこれです」
  - ・ 心理学の「問題認識」：課題に気づかせる力
  - ・ 顧客志向とは：顧客の成功を自分のゴールにする
  - ・ 「売る」から「顧客を成功させる」へ
- ・ 顧客視点で考える3つの質問
  - ・ 1. この顧客は何に困っているのか？
  - ・ 2. どうなりたいと思っているのか？
  - ・ 3. 私はどんな価値を提供できるか？
  - ・ 行動経済学の「フレーミング効果」：価値を伝える技術
  - ・ プロダクトアウト vs マーケットイン
  - ・ プロダクトアウト：「うちの商品はこんなに素晴らしい」
  - ・ マーケットイン：「あなたの課題をこう解決します」
  - ・ 顧客理解の深め方：業界研究・競合分析・事前調査
  - ・ 脳科学の「準備効果」：事前知識が信頼を生む
  - ・ 「あなたの会社のために考えてきました」の姿勢
  - ・ 御用聞きから脱却する5つのステップ
  - ・ 実践ワーク：顧客の課題を3つ想定してみよう

Excel「計画書ver2」G列のスライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

# 詳細カリキュラム Unit 3

## 信頼関係の構築（ラポール）

- ・ ラポールとは：心の架け橋・信頼の絆
- ・ なぜラポールが重要なのか：人は信頼する人から買う
- ・ 脳科学の「オキシトシン」：信頼ホルモンが親密さを生む
- ・ 営業の80%は「好かれること」：商品より人間関係
- ・ 「この人から買いたい」と思わせる力
- ・ ラポール構築の3段階：初対面→関係深化→信頼確立
- ・ 第一印象の重要性：3秒で決まる
- ・ メラビアンの法則：見た目55%・声38%・内容7%
- ・ 心理学の「初頭効果」：最初の印象が全体を左右
- ・ 外見：清潔感・笑顔・姿勢
- ・ 声：明るく・ゆっくり・はっきり
- ・ 態度：誠実・謙虚・熱意
- ・ ミラーリング：相手の動作を真似る
- ・ 無意識に親近感が生まれる技術
- ・ ペーシング：相手のペースに合わせる
- ・ 話すスピード・声のトーン・呼吸を合わせる
- ・ 行動経済学の「類似性の原理」：似ている人を好きになる
- ・ バックトラッキング：相手の言葉を繰り返す
- ・ 「〇〇なんですね」と共感を示す
- ・ 共通点探し：趣味・出身地・経験を見つける
- ・ 「私も〇〇が好きなんです！」の親近感
- ・ 脳科学の「内集団バイアス」：仲間意識が信頼を生む
- ・ 雑談の力：本題に入る前の関係作り
- ・ 天気・ニュース・季節の話題で心を開く
- ・ 傾聴の姿勢：相手の話を最後まで聞く
- ・ うなずき・相槌・アイコンタクト
- ・ 信頼を壊す5つのNG行動：遅刻・嘘・約束破り・押し売り・無関心
- ・ 実践ワーク：ラポール構築のロールプレイをしよう

Excel「計画書ver2」G列のスライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

# 詳細カリキュラム Unit 4

## 営業プロセスの全体像

- ・ 営業プロセスとは：アプローチからクロージングまでの流れ
- ・ なぜプロセスが重要なのか：再現性・効率化・改善
- ・ 脳科学の「手続き記憶」：型があると迷わない
- ・ 営業プロセスの7ステップ
- ・ ステップ1：リサーチ（事前準備・情報収集）
- ・ 顧客の業界・課題・競合を調べる
- ・ ステップ2：アプローチ（初回接触・関係構築）
- ・ 電話・メール・訪問で第一印象を作る
- ・ 心理学の「ドアインザフェイス」：最初の接点が鍵
- ・ ステップ3：ヒアリング（課題発見・ニーズ把握）
- ・ 質問して聞く：聞く8割・話す2割
- ・ ステップ4：提案（解決策の提示・価値の伝達）
- ・ 「あなたの課題はこう解決できます」
- ・ ステップ5：プレゼンテーション（説明・デモ）
- ・ 視覚的に見せる・体験させる
- ・ 行動経済学の「確実性効果」：実物を見ると安心する
- ・ ステップ6：交渉（価格・条件の調整）
- ・ Win-Winの着地点を探す
- ・ ステップ7：クロージング（契約・成約）
- ・ 「では、契約書にサインをお願いします」
- ・ 脳科学の「決断回避」：背中を押してあげる
- ・ アフターフォロー：売って終わりではない
- ・ 継続的な関係がリピートを生む
- ・ 各ステップの時間配分：ヒアリングに最も時間をかける
- ・ 営業サイクル：1回で決まらない・複数回の接触
- ・ プロセスの可視化：どこで詰まっているかを分析
- ・ 実践ワーク：自分の営業プロセスを図にしてみよう

Excel「計画書ver2」G列のスライドタイトルをもとに掲載しています。実施時間・対象者・演習内容は、ヒアリング後に調整します。

# ユニット一覧

## UNIT 1 営業の役割と心構え

- 営業とは：「売る」ではなく「価値を届ける」仕事
- 2. 誠実さ：嘘をつかない・約束を守る
- 脳科学の「報酬予測誤差」：小さな成功が意欲を生む

## UNIT 2 顧客志向の営業姿勢（御用聞きからの脱却）

- 御用聞き営業の限界：「何か困ってませんか？」では売れない
- 顧客視点で考える3つの質問
- 御用聞きから脱却する5つのステップ

## UNIT 3 信頼関係の構築（ラポール）

- ラポールとは：心の架け橋・信頼の絆
- ペーシング：相手のペースに合わせる
- 信頼を壊す5つのNG行動：遅刻・嘘・約束破り・押し売り・無関心

## UNIT 4 営業プロセスの全体像

- 営業プロセスとは：アプローチからクロージングまでの流れ
- ステップ5：プレゼンテーション（説明・デモ）
- プロセスの可視化：どこで詰まっているかを分析



# 研修スタイル / 講師 / 相談

## 講師として対応可能な範囲

実施形式: オンライン / 対面 / ハイブリッド / LMS / eラーニング 最小実施: 40分～（要点を絞った導入構成）推奨実施: 4時間程度（1ユニット1時間目安／詳細カリキュラム・演習を含む構成）（カスタマイズ相談例）・ 対象者・階層に応じた内容調整・ 研修時間（実施時間からの拡張・短縮）・ 実施形式（オンライン / 対面 / ハイブリッド）・ 業界別ユースケースの差し替え・ 社内ルール・既存制度への反映・ 演習データ・事例の差し替え（実施前ヒアリングで調整する項目）・ 対象者の階層／前提知識・ 受講環境・ 配信ツール・ 演習データ・ 社内固有事例の差し替え※ 本資料はカリキュラム設計例です。最小実施では要点を絞って扱い、詳細カリキュラム・演習を含む場合は、1ユニット1時間を目安に、対象者・目的・実施形式に応じて時間配分を調整します。

## 講師プロフィール

氏名: 準備中 経歴サマリ: 準備中 強み: 準備中 登壇可能講座: 52 件 / 13 カテゴリ

**この講座をベースに、貴社向けカスタマイズをご相談いただけます。**

お問い合わせ／カスタマイズ相談はサイトのお問い合わせ欄からご連絡ください。