

「成果の出る営業マン育成の仕組み」にご興味がおありの経営者様へ
商談を「採点」するだけで変わった!!

受け身

な

若手

新型コロナウイルス感染症
に罹患された皆さま、およ
び関係者の皆さまに心より
お見舞い申し上げます。

変身法

若手契約率平均20%の仕組み



中尾建設工業株式会社
代表取締役社長 中尾 研次 氏

若い子たちが、立派な営業マンと
して、**主体的に成長できる**
環境を作ってあげたかったんです。

参加対象: 社長・営業部長

WEBセミナー(PC・スマホで受講可能)

最強の営業部を創る「育成」の仕組み公開セミナー
2021年3月5日(金)8日(月)11日(木)15日(月)

お問い合わせNo. S070090

<主催>



株式会社船井総合研究所

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

TEL: 0120-964-000 (平日9:30 ~ 17:30)

■ お申込みのお問合せ: 中田 (ナカタ)

■ 講座内容のお問合せ: 濱中 (ハマナカ)

〈新卒3年目で12棟契約!〉

“この場合はこう対応する、という営業の「答え」があったので、私でも受注ができました!”

入社当初は何を話していいのかわからなかったのですが、営業の流れが決まってからは、最初はこれをやって次にこれをやるという道筋が決まっているので、非常に分かりやすかったです。また、どう会話をしていくべきなのか、目的がはっきりしたので、お客様との会話に困らず話を出来るようになりました。以前は、上司によってアドバイスがバラバラだったので、どれを参考にしたらいいのかわからなかったのですが、基本的な考え方が社内でも統一されたので、上司によつての教え方の差異がなくなりました。そして、改善点が明確に絞られ、とにかくここを直そうと1つ1つ自分の課題と向き合うことができました。

本多 有裕美 氏

〈契約率5%から20%へ、新卒3年目で14棟契約!〉

“商談に出ることが怖くなり、楽しみになりました”

営業フローが仕組み化される前は、商談でお客様の主導権がとれず、商談回数がとにかく多かったです。中には10回かかってしまう場合もあり、なかなか契約までにいたらないということも…。なので、いつしか商談にでてお客様からネックがでてくるのが怖くなってしまいました。

そんな中、営業の型を教えてもらい、ネックへの対応にもすべて答えがあり、ゴールへの道のりが明確に見えるようになったんです。型を習得してからは、お客様からネックを引き出すことが怖くなり、いつしか商談にでるのが楽しみになりました。



小野寺 一樹 氏

〈新卒5年目で契約率20%越え!〉

“営業の考え方が180度変わりました”

営業が仕組み化される前は、クロー징をかけるのに、3~4回かかっていました。お客様のネックが何かわからなかったのも、なんとかモノの良さをアピールしてグリップしようとしていました。ただ、これは合う人には合う、合わない人には合わないのも、モノでグリップするのは実際難しかったです。以前までは、なかなかグリップできずお客様に振り回されることが多かったのですが、今では、“人”でグリップすることを覚え、お客様を主導して話を進めていけるようになりました。住宅営業では“モノ”ではなく“人”でグリップすることが、何よりも重要だと感じます。



加藤 雄大 氏

〈中尾建設工業 営業部係長〉

**“営業力はトークセンスではなく、
「質問力」と気づかされました”**



中村 顕士 氏

今まで営業は、営業トークをセンス良く話せるかがすべてだと思っていました。しかし、センスは伝えるのが難しいし、若手を育成する上で、取れる営業と取れない営業は明確に分かれると感じていました。昔は先輩の背中を見て、何とか営業トークを自分のものにして、必要だったらトークも自分で考えて、ということをしていましたが、今の若手は何かを作り出すことが苦手です。特に小野寺は元気があるタイプではないし、優しい性格で、お客様から宿題をもらって、いい人にはなれるけれど、いい人止まりの営業でした。これもセンスの問題かな、そう思っていました。しかし、営業の仕組み化を実施してから、営業において重要なポイントは如何にトークを話すか、ではなく、如何に質問をしていくかの方が重要なことに気づかされました。それに気づいてからは、小野寺も変わってきました。今の子を育てるには、センスというぼんやりした概念を伝えるのではなくて、きちんと営業のやり方のルールを敷いてあげる必要があります。質問と質問の返し方をどうすればよいかが見えると、どんな営業でも育つのだなと小野寺を見て感じました。おかげさまで、前期は5棟しか受注してなかった小野寺も今期14棟契約することができ、社内でも表彰されました。その時に、“最初10棟いけるかどうか不安だった、だけど僕でも14棟取れました”という言葉に、そばで小野寺をいつも見てきたからこそ目頭が熱くなりました。なにより今回、営業の仕組み化をして育成において重要なポイントがトークを話すではなく、質問力の方が重要だと気付けたし、それが出来るようになった小野寺はすごいなと思いました。

**“属人的な営業にならないことが
育成のポイントだと、仕組み化をすることで気づけました”**

〈中尾建設工業 営業部課長〉

今までは、育成について多少社内では整備されたトークがあったにしても、ベースがありませんでした。営業トーク1つにしても、どうしても上司が話している話は、下が真似をしようとしても、やっぱりどこか違和感があるし、40歳の営業が話している言葉を20歳そこそこの若手が話しても、伝わらないことがあります。それは経験の差があるからしょうがないものと諦めていました。ただ、今回営業の仕組み化を行うことで、会社でベースとなるトーク、考え方を統一できたことが大きかったです。共通言語を作ることで、上司からの言葉も伝わりやすくなったし会社全体の営業の型ができました。だから、若手も勉強しやすい環境が整えられたし、トークを覚えるにしても動画で暗記するので、完璧に統一できるベースができました。今まで、若手には膨大な量の知識を蓄えてから営業に出していましたが、トークの型を決めてあげることで、そこまで知識がなくても商談にすぐ出られるようになり育成のスピードも速まりました。住宅営業は、「人」で売る、その考え方は理解していましたが、そのために模範解答を会社で用意してあげる。そうすることで、若手は営業のやり方がわかりやすくなったのだと感じます。属人的な営業にならないことが育成のポイントだと、仕組み化をすることで気づけました。



松原 尚志 氏

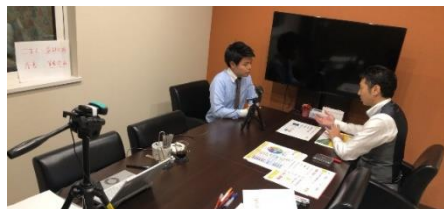
育成の仕組みとは・・・？

<若手営業マン育成自動化の仕組み>

育成の仕組みを確立するために必要なもの

<動画で自主勉!>

・営業トーク撮影



・スマホで使える 自主学習システム



・動画マニュアル



- ☑ 自社のノウハウを体系的にまとめ、いつでも振り返れるように
- ☑ マニュアルはもちろん動画もセットで用意してあげる
- ☑ 動画は①トーク動画と②トークやノウハウの解説動画の2つセット
- ☑ スマホやパソコンなど、いつでもどこでも復習できる事

<管理体制の確立>

・理解度チェックテスト



・個人成績・学習進捗レポート

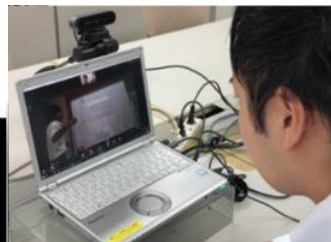


- ☑ 学習の進捗を、上司と部下でお互いに共有できる状態にする
- ☑ 若手には「何をすれば営業力が上がるか？」をわからせる事
- ☑ 上司には育成の進捗を常に把握させ、PDCAを回してもらう
- ☑ これさえやり切れば営業力は必ずあがり、成果を出すことが出来る
という事を、若手を中心に実感してもらえるようにサポートする

育成の仕組みを確立するために必要なもの

<ロープレにより課題を浮き彫りに>

・リモートでもできる ロープレ体制確立



・ロープレを点数化

ロープレチェックシート					
実施項目	項目	評価	配点	達成率	
進め方 トーク		2	2	100%	
		2	2	100%	
		1	2	50%	
		1	2	50%	
		2	2	100%	
小計		12	14	85.7%	
阻害要 因借金		2	2	100%	
		1	2	50%	
		2	2	100%	
小計		1	2	50%	
阻害要 因 時期		5	6	75.0%	
		2	2	100%	
		2	2	100%	
		2	2	100%	
		1	2	50%	
		1	2	50%	
小計		2	2	100%	
深掘りの 質問		12	14	85.7%	
		2	2	100%	
		2	2	100%	
小計		5	6	83.3%	
テストロ 力		2	2	100%	
		1	2	50%	
		0	2	0%	
		4	5	80%	
小計		7	9	77.8%	
相手のNOの反応に対して押し流すことが出来たか			4	5	80%
			39	60	70.0%
			39	60	70.0%

- ☑いつでもどこでもロープレが出来るような環境づくり
- ☑リモートロープレは、リモート商談の練習にする事
- ☑ロープレは、上司が点数化してあげる事
- ☑点数化することにより、何がどれくらい出来ていないのかが明確に

育成自動化を進めるために必要なもの

・育成カリキュラム

[illegible]

・個人営業KPIデータ

期間	特性分析	実績値		目標値		実績値		目標値		KPI		アラート		アラート		アラート	
		実績値	特性分析	実績値	特性分析	実績値	特性分析	実績値	特性分析	実績値	特性分析	実績値	特性分析	実績値	特性分析	実績値	特性分析
共通型	共通型	61.67%	4	37.16%	2	6.100%	0	16.17%	0	1.16%	16	25.0%	4	1m	0	66.4	6
共通型	共通型	51.41%	2	0.318%	6	8.75%	6	6.50%	4	2.53%	16	0.0%	10	1.5	0	70.5	6
共通型	共通型	87.59%	2	52.25%	2	13.53%	4	7.28%	0	3.16%	10	0.0%	10	2m	0	52.2	4
共通型	共通型	39.71%	6	26.60%	10	17.64%	4	11.54%	4	6.15%	24	31.3%	2	3m	2	50.3	4
共通型	共通型	33.9%	10	20.53%	10	19.52%	4	10.01%	6	9.54%	4	0.0%	10	1.5	0	70.4	6
共通型	共通型	68.17%	6	40.17%	6	23.47%	6	15.47%	6	25.0%	20	35.0%	2	3m	0	70.4	6
共通型	共通型	61.03%	6	49.20%	4	10.10%	0	13.53%	4	7.11%	26	0.0%	10	2m	0	データ	0
共通型	共通型	92.72%	6	67.29%	4	20.50%	0	10.0%	8	8.87%	22	0.0%	10	3m	4	67.3	6
共通型	共通型	77.67%	4	52.48%	8	25.36%	0	9.33%	0	3.93%	12	35.7%	2	3m	0	100.0	10
共通型	(整理型)	14.76%	6	11.54%	10	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2m	0	3m	6	36.6
共通型	共通型	66.55%	0	32.18%	2	6.200%	0	12.66%	4	8.13%	18	0.0%	10	1.5	8	105.0	10
共通型	(熱井/共通型)	52.75%	6	39.41%	8	16.25%	0	4.75%	6	3.5%	20	20.0%	4	1.5	8	68.6	6
共通型	(共通型)	36.91%	10	33.33%	6	11.45%	2	5.0%	0	0.0%	18	0.0%	10	1m	0	68.6	6
共通型	共通型	30.86%	8	26.34%	6	9.26%	7	6.66%	4	4.13%	22	0.0%	10	3m	0	63.4	6
共通型	(整理型)	10	10	10	10	10	10	10	10	0.0%	0	0.0%	0	0	0	0	0
共通型	(熱井型)	10	10	10	10	10	10	10	10	0.0%	0	0.0%	0	0	0	0	0
共通型	(整理型)	10	10	10	10	10	10	10	10	0.0%	0	0.0%	0	0	0	0	0
共通型	整理型	43.81%	8	35.68%	10	24.29%	0	7.743%	1	2.13%	18	21.4%	4	2.5	4	102.2	10
共通型	整理型	9.773%	6	7.57%	10	2.49%	0	1.08%	0	0.0%	16	50.0%	0	データ	0	71.9	6
共通型	整理型	12.00%	10	12.33%	6	4.25%	0	1.08%	0	0.0%	16	0.0%	0	データ	0	75.0	6
共通型	熱井型	1.100%	0	1.05%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	データ	0	45.0	4
共通型	共通型	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	データ	0	データ	0

・個人特性データ

性格特性診断

あなたに当てはまる方を数個選んでください

*必選

貴姓名をご記入ください*

所属を入力

お名前をご記入ください*

所属を入力

お選びください*

☐ 連絡をする時、話を聞いてほしいと思う方

☐ 連絡をする時、話を聞かせることに少し躊躇する

お選びください*

☐ あまり感情が湧かない方だと思う

☐ 喜怒哀楽がはっきり顔に表れる方だと思う

・個人特性データ

② 特性格営業マンの特徴

[illegible]

整理型営業マン成長のポイント

建設業の生産現場で労務分掌がとれず、作業員は作業内容内で自由に出入りができ、人の管理に任せて引当金で済ませる。彼らに指導する現場監督はほとんどが元職人で、経験や技術が豊富で、現場の安全や品質の向上のために管理職や監督者の不良行為や不正行為に「腹に据えり出す」ということを行う。経営者が現場にいないため、しつかり引当金を出して現場監督を動かすようにしている。また、建設現場の現場監督は、事業内容と関係する領域にあっては、監督が現場に立つという事も多いです。そのような場合は「お客様の気持ちに依りてるか？」を常に意識するとは聞いています。	16 元職人、元下請け、元現場監督、元現場監督の経験が豊富で、現場の安全や品質の向上のために管理職や監督者の不良行為や不正行為に「腹に据えり出す」ということを行う。	17 現場監督は現場に立つという事も多いです。そのような場合は「お客様の気持ちに依りてるか？」を常に意識するとは聞いています。
---	--	---

⑤ 付録

[illegible]

小野寺一



育成自動化を進めるために必要なもの

<商談の採点×育成データの活用>

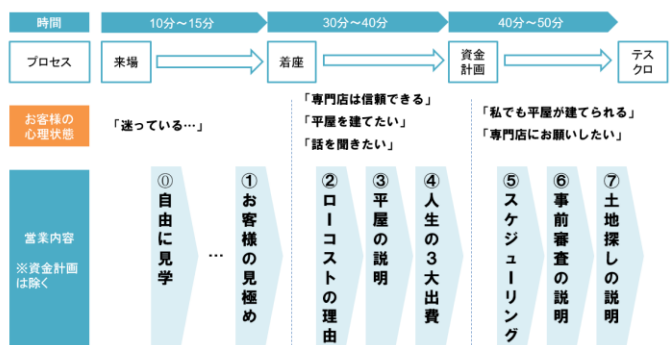
・商談の採点

	Aさん	Bさん	Cさん	Dさん	Eさん
深耕力	53%	73%	60%	40%	60%
テスクロ力	65%	65%	60%	55%	55%
応酬力	80%	70%	65%	55%	55%
俯瞰力	73%	53%	47%	27%	53%
整理力	65%	60%	55%	30%	60%
対応力	73%	67%	67%	47%	53%
合計	69%	65%	59%	43%	56%

・営業力の点数化

商談音声フィードバック		評価	配点	精度
深耕力	□	3	5	60%
	□	2	5	40%
	□	2	5	40%
	小計	7	15	47%
テスクロ力	□	3	5	60%
	□	4	5	80%
	□	5	5	100%
	小計	15	20	75%
応酬力	□	3	5	60%
	□	4	5	80%
	□	3	5	60%
	小計	10	15	67%
俯瞰力	□	4	5	80%
	□	5	5	100%
	□	4	5	80%
	小計	13	15	87%
整理力	□	3	5	60%
	□	2	5	40%
	□	2	5	40%
	小計	11	20	55%
対応力	□	3	5	60%
	□	2	5	40%
	□	1	5	20%
	小計	6	15	40%
合計		62	100	62%

・営業フローの最適化

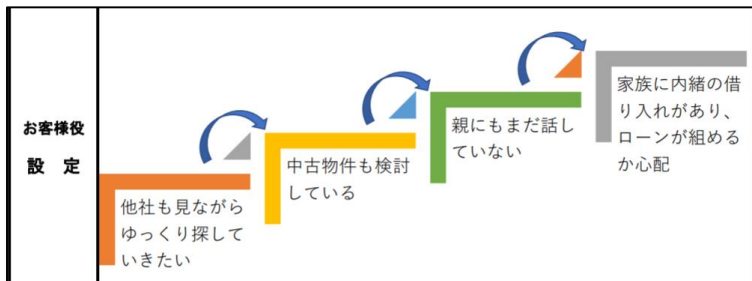


・ロープレ・商談振り返りシート

ロープレ 振り返りシート

実施日	月	日	ロープレ時間	～																												
設定																																
課題																																
ゴール																																
コンサルディングカ	<table border="1"> <tr> <th colspan="2">一番置きたい顧客要因の共有</th> <th colspan="2">顧客要因を共有出来た/出来なかった理由</th> </tr> <tr> <td>出来た</td> <td></td> <td colspan="2">以前よりもテスクロを強く意識ようになった</td> </tr> <tr> <td>深耕力</td> <td>○</td> <td>テスクロ力</td> <td>○</td> </tr> <tr> <td>応酬力</td> <td>○</td> <td>俯瞰力</td> <td>△</td> </tr> <tr> <td>整理力</td> <td>×</td> <td>対応力</td> <td>△</td> </tr> <tr> <td colspan="4">今後気を付けること</td> </tr> <tr> <td colspan="4">整理をして、顧客要因の方向性を1つに絞る</td> </tr> </table>				一番置きたい顧客要因の共有		顧客要因を共有出来た/出来なかった理由		出来た		以前よりもテスクロを強く意識ようになった		深耕力	○	テスクロ力	○	応酬力	○	俯瞰力	△	整理力	×	対応力	△	今後気を付けること				整理をして、顧客要因の方向性を1つに絞る			
一番置きたい顧客要因の共有		顧客要因を共有出来た/出来なかった理由																														
出来た		以前よりもテスクロを強く意識ようになった																														
深耕力	○	テスクロ力	○																													
応酬力	○	俯瞰力	△																													
整理力	×	対応力	△																													
今後気を付けること																																
整理をして、顧客要因の方向性を1つに絞る																																
お客様役	土地があるかどうかを気にしていたので、しゃべりながらどういった土地を探していくべきなのか、考えるきっかけになった。ただ、具体的にどう探していくべきなのかを明示してもらいたかった 自身の気を付けるべき点																															

・ロープレのお客様役設定



- ☑育成カリキュラムは個人個人で作成し上げる事
- ☑営業データは取るだけでなく、点数にしてあげる事
- ☑個人ごとの性格・特性によって指導法を変えてあげると成長が早い
- ☑商談は録音し、採点してあげる事が一番のフィードバックになる
- ☑営業フローは新人もできるように、初めから属人性を排除する
- ☑ロープレの質を上げるためには、お客様役が重要になる

「できない子はできない…」

営業部長である私自身が
最初をあきらめていました。



中尾建設工業株式会社
執行役員 営業統括部長
正木勇志 氏

新卒で入社以来、ずっと営業一筋でやってきました。
現在は営業部長として営業部全体の統括、特に若手の育成に取り組んでいます。

自分の役割が、「最前線で受注をする」ことから「若手を育成する」ことになった頃より、半ばあきらめていたことが1つありました。

それは「営業経験を積んでも、できない子は
できないんだな・・・」という事でした。

しかし、どんな子も見捨てたくはありません。だから以前は、若手の営業を全てモニタリングしたり、一緒に同席してあげたりしていました。

しかし、常に「これでは根本的に若手の営業力を上げていることになっていないよな・・・」と痛感していました。

このままでは若手が成長できなくなってしまう。

営業自ら勉強し、自分の営業力を高める
ような仕組みを作らなければならない。

このままではマズイ。育成の仕組み化に取り組んだ結果・・・？

ちょうどその時、船井さんから「某大手予備校」みたいなDMが届き、仕組みづくりのヒントになるかなと思い、セミナーに参加させていただきました。



▲正直何か1つでも参考になればいいかなと思って参加したセミナー。なんとか自社に落とし込めないかと、質疑応答も沢山させてもらいました(笑)一番左が私です。

セミナーでは、今までなんとなく実感していた営業や育成について、全てしっかり言語化してくれました。

これなら、下のメンバーにもしっかりと教えることができるかもしれない。。

ようやく、理想としていた「主体的に営業力を高められる仕組み」がなんとなく見えてきた瞬間でした。

仕組みを使って育成を行う中で一番良かった事は、**自主的に営業マンが営業について勉強**したりすることができるようになったことです。

以前は上司が主体的にならなければいけませんでした。しっかり勉強すべき教材やその環境を用意してあげる事によって、自分から進んで取り組んでくれるようになったのです。

まさに**新人営業マン育成の自動化**が進んでいきました。

若手が自分で営業力を高める事が出来る仕組みを作ってよかったことは、大きく3つあるかなと感じています。

まず1つ目は「**営業の共通（言語）認識**」が出来たことです。

新人には中々伝わらない細かな指導のニュアンスも、しっかり言語化し社内に浸透させることが出来ました。いわば店長と若手の間に「阿吽の呼吸」を確立することができたのかなと感じます。

2つ目は、教え方まで学べるため、必ずしも自分がトップ営業ではなくてもしっかりと**部下に教える事ができる体制**になった事です。

営業を教える事と自分が受注する事は必ずしもイコールではないと思います。

仮に自分がトップではなくても、仕組みを使って育てば、人に教えることが出来る営業マンを育てる事が出来ます。なので、弊社では誰に聞いても同じように正解を出してきてくれることができるようになりました。

そして最後は、仕組みによって育成が自動化されることによって、若手の間に

「早く成長しなければ！」という意識が芽生えました。それにより、**結果**

育成スピードが格段に速くになりました。

今は自信を持って全員を一人前の営業マンにすることが出来る！と胸を張って言えるようになりました。

人を育てるという事が 会社の文化になった。 それが一番うれしかったです



結局、トークをただ単に暗記させるだけの育成じゃ、営業マンは育たないと思っています。

やはり住宅は“人”で決めてもらう商売。

「あなただから家づくりをお願いするわ」という信頼を獲得できるかどうか。

そこまでがしっかり伝わる育成の仕組みを作ることが出来れば、後は自分で勉強し、しっかりと成果を出せると思います。

そして一度育成が文化として浸透をしていけば、あとはある程度自動的に育成が進んでいきます。

特に育成自動化の仕組みを作ってうれしかったことは、リーダーたち
が育成に対して前のめりになってくれ
たこと。人を育てるという事に興味関心を持ってくれてたことです。

今後は新卒入社の子たちを、どんどん育成が出来る営業さんにしていき、人を育てる文化を、より強いものにしていきたいと思っています。

育成自動化の仕組み導入セミナーのご案内 あなたの会社にとって**ベストな** **育成の手法**をお伝えします



株式会社 船井総合研究所
建設支援部
建築グループ 建築チーム
チーフコンサルタント

濱中 亮

ここまでお読みいただいた皆さまはきっと、一度でも育成について
の悩みを抱えたことがある方ではないでしょうか？

そこで今回のセミナーテーマズバリ、

どうすれば自ら成長する営業マンを育成できるのか？

～育成自動化の仕組み構築術～です。

中尾建設工業様と進めてきた新人育成の取り組みですが、当初は若手が育つという事にクローズアップして仕組みづくりを行ってきました。

しかし、様々な取り組みを行っていくうえで、「やはり育成が出来る
リーダーを育成しなければ、圧倒的な育成の仕組みに
はなり得ない」という結論に達しました。

そこで、途中からは「育てる事ができる人を育てる」。つまり
リーダー育成についての取り組みも重点的に行っていました。

しかし育成方法・教え方を社内で統一し、仕組みに落とし込むというのは、簡単な事ではありませんでした。

なぜなら、どうしても属人性が出てしまうからです。

如何に属人性を排除した育成を行うか？

結論として、ポイントは2つありました。

1つ目は、「社内で使用する言語の統一」です。営業・育成をする中で、若手に使用する言葉とその意味を絞り、統一する事。

若手が迷ってしまう事の多くは、「人によって言っていることや、やっていることが違うから、何が正解かわからない」というもの。

なので、まずは「言葉」を統一することが最も重要かつ効果が高いポイントになります。

そして2つ目は、「商談やロープレを採点してあげる事」

今自分がどれくらい成長できているのか？という事を実感するのは、意外と難しいことです。住宅営業の場合、成長の目安が「契約」だからです。

日々の成長を実感させてあげる事が、若手育成の重要なポイントになります。

なので日々の商談やロープレを明確な基準に従って採点すると、

何が課題で、どうやって対策をすればよいのかが明確になってきます。

	Aさん	Bさん	Cさん	Dさん	Eさん
深耕力	53%	73%	60%	40%	60%
テスクロ力	65%	65%	60%	55%	55%
応酬力	80%	70%	65%	55%	55%
俯瞰力	73%	53%	47%	27%	53%
整理力	65%	60%	55%	30%	60%
対応力	73%	67%	67%	47%	53%
合計	69%	65%	59%	43%	56%

▲住宅営業に必要な力を定義づけ、具体的に何が出来ていて、何が出来ていないのかを、点数にすることで属人性が出ない育成になりました。

商談音声フィードバック				評価	配点	精度
深耕力	○			3	5	60%
	○			2	5	40%
	○			2	5	40%
			小計	7	15	47%
テスクロ力	○			3	5	60%
	○			4	5	80%
	○			5	5	100%
			小計	3	5	60%
応酬力	○			3	5	60%
	○			4	5	80%
	○			3	5	60%
			小計	10	15	67%
俯瞰力	○			4	5	80%
	○			5	5	100%
	○			4	5	80%
			小計	13	15	87%
整理力	○			3	5	60%
	○			2	5	40%
	○			2	5	40%
			小計	4	5	80%
対応力	○			3	5	60%
	○			2	5	40%
	○			1	5	20%
			小計	6	15	40%
合計				62	100	62%

▲採点の項目なども、社内で統一見解を作ること、上司の指導がぶれなくなりました。点数が上がる事が、成長の実感には一番です。

セミナーでは、仕組み作りスタートから、現在に至るまで、**成功や失敗も含めたリアルな裏側**を、中尾社長にお話しいただく予定です。

想像してみてください。あなたの会社に新人が3か月で売れるような育成文化が根付けば、どんな変化が起こるでしょうか。

もう人が育たずに悩む必要はありません。あなたの会社なりの最強の営業マン集団を作り上げてください。

株式会社 船井総合研究所
建設支援部
建築グループ 建築チーム
チーフコンサルタント

濱中亮

追伸①：「仕組みを作ろうにも何もまとまっていなくて・・・」という方はご安心ください。対策を簡単にお伝えできる準備は出来ています。

追伸②：既に中尾建設工業様を参考に若手営業マン育成に成功されている会社様がおります。お客様の声として次ページに記載させていただきます。

全国の会員企業様からもお声をいただきました



株式会社 アットハウジング
代表取締役社長 伊藤 元博 氏

自信を持って新卒を迎えています 若手の育成に非常に役立っています！

新卒がもっと成長できるきっかけになればと、育成コンサルティングを受け始めました。基本となる営業手法を与えてからは、習得するまでひたすら反復練習をさせました。元々若手は4～5棟契約が標準的でしたが、今では若手社員3人で38棟の契約を取れる店舗も生まれてきています。幸いにも毎年新卒社員が入社してくれているのですが、3年で10棟を超える新人ばかりで、今後は人材育成をしながら別ブランドも複合展開していきたいと思っています。



新卒3年目12棟

倉田 真衣



新卒2年目10棟

山本 悠平

新卒1年目が毎月1棟契約！

新人の生産性が2倍へ成長

弊社では複数の住宅ブランドを展開してやっておりますが、一番最初はローコストブランドの営業マン育成の仕組み化からスタートしました。2～3年で育成は軌道にのり、今では新卒がほとんどの店舗でも年間30棟は受注をすることが出来るようになりました。

そして次は、デザイン住宅の営業マン育成の仕組みを構築しました。属人的な営業や指導を全て変え、0から仕組みを構築していきました。その仕組みによって成長した新卒1年目の女性3名も、既に月1棟は受注するところまで活躍することが出来ています。今では自信を持って新卒を迎え入れる事が出来ています。



グッドリビング 株式会社
代表取締役会長 相澤 健一 氏

30棟 → 100棟



新卒4名も続々と実績をあげている

最強の営業部を創る「育成」の仕組み公開セミナー

【オンライン開催】

2021年3月5日（金） 13:00～16:00 （ログイン開始12:30～）

2021年3月8日（月） 13:00～16:00 （ログイン開始12:30～）

2021年3月11日（木） 13:00～16:00 （ログイン開始12:30～）

2021年3月15日（月） 13:00～16:00 （ログイン開始12:30～）

講座	内容
第1講座   中尾建設工業株式会社 代表取締役社長 中尾 研次氏	ウチはこうして成功した！ 新人営業マンの育成ストーリー セミナー内容 ・若手契約率平均20%の秘密 ・2か月で成果が出る人材育成術 ・育成自動化の仕組み作りストーリー ・業績を圧倒的に上げる育成術について ・育成促進の最も大切なポイントとは ・今後の展望について
第2講座  株式会社 船井総合研究所 建設支援部 建築グループ 建築チーム チーフコンサルタント 濱中 亮	営業マン育成 そのポイントと事例 セミナー内容 ・中尾建設様の育成術について解説 ・中尾建設様育成の裏側をご紹介 ・全国他社の営業マン育成事例について解説 ・営業マン育成自動化を加速させるためのポイント3つをご紹介
第3講座  株式会社船井総合研究所 第二経営支援本部 マネージング・ディレクター 伊藤 嘉彦	あなたの会社に育成の文化を根付かせる方法 セミナー内容 ・なぜ今人材の育成が急務なのか？ ・人材育成のポイントと実践方法ご紹介 ・あなたの会社に育成の仕組みを取り入れる方法 ・明日から実践するべき内容とは？

まずはお問い合わせください

TEL：0120-958-270

平日 9:45～17:30
～担当～ 濱中

日程がどうしても
合わない企業様へ

個別相談承ります

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

最強の営業部を創る「育成」の仕組み公開セミナー

お問い合わせNo. S070090

開催要項

オンラインにてご参加

日時・会場

① 2021年 **3月5日** (金) 開始.....終了.....
13:00 ▶ 16:00 お申込期限: **3月1日** (月)
(ログイン開始 12:30より)

② 2021年 **3月8日** (月) 開始.....終了.....
13:00 ▶ 16:00 お申込期限: **3月4日** (木)
(ログイン開始 12:30より)

③ 2021年 **3月11日** (木) 開始.....終了.....
13:00 ▶ 16:00 お申込期限: **3月7日** (日)
(ログイン開始 12:30より)

④ 2021年 **3月15日** (月) 開始.....終了.....
13:00 ▶ 16:00 お申込期限: **3月11日** (木)
(ログイン開始 12:30より)

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。
オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は、「船井総研web参加」で検索

受講料

一般価格 税抜 20,000円(税込**22,000円**)／一名様

会員価格 税抜 16,000円(税込**17,600円**)／一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記お申込み担当者へご連絡ください。なお、ご入金が確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。●ご参加を取り消される場合は、開催3営業日(土・日・祝除く)前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。

お申込方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認いただけます。
または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo.070090を入力、検索ください。

お問合せ

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken 株式会社 船井総合研究所

TEL: **0120-964-000** (平日9:30~17:30)

●申込みに関するお問合せ: 中田 ●内容に関するお問合せ: 濱中

検

お申込みはこちらからお願いいたします

① 2021年 **3月5日** (金) オンライン

お申込期限: 3月1日 (月)

② 2021年 **3月8日** (月) オンライン

お申込期限: 3月4日 (木)

③ 2021年 **3月11日** (木) オンライン

お申込期限: 3月7日 (日)

④ 2021年 **3月15日** (月) オンライン

お申込期限: 3月11日 (木)

