

# 営業研修を 成功させる秘訣



# 営業研修の重要性



# 最初の数日が新しい営業担当者の 成功を左右する

効果的な研修プロセスの作成は、  
チームの成長と長期的な成功に  
不可欠です。





## 新しい営業担当者には 売するためのノウハウが 必要

---

営業のノウハウを身につけてもらうには、トレーニングと継続的なコーチングが不可欠です。

## 研修の適切な量とは

研修の量は両極端になりがちです。

量が少なすぎれば準備が不十分なまま現場に投入されてしまいますし、  
量が多すぎれば現場で活躍するまでに長い時間がかかります。

# 予算は常に 経営陣の悩みの種

しかし、研修のコストは  
削減するべきではありません。



## 適切な内容と期間のトレーニングが必要

研修プログラムの内容は、  
営業担当者がすぐに知っておくべき知識に絞りましょう。



# 理想的な 研修プログラムとは

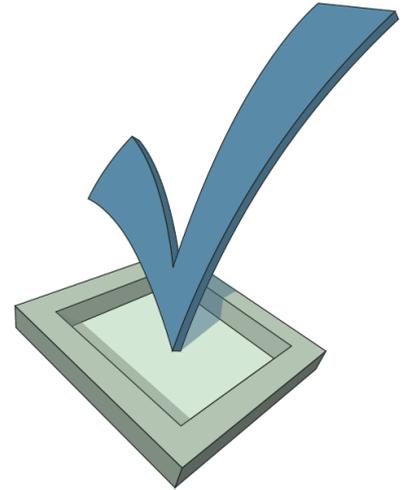
---

研修に盛り込む内容は、少しでも早く現場に出るために必要な最低限の知識に留めましょう。

# 新しい営業担当者に 必須の知識を見極める

---

不可欠な知識を見極め、それを効果的に伝える方法を考えましょう。これができるかどうか、営業チーム全体の長期的な成功を左右します。



# 営業研修プログラム の作成



# 効果的な研修プログラムを作成するには

- 営業プロセスを定義する
- プレイブックを作成する
- プレイブックをセクションに分割し段階的に提供する



## 最初に成果を 定義する

---

研修が終わった営業担当者に求められるのは何かを考えましょう。

# 営業プロセスを定義した後は

---

プロセスを実践する営業担当者のための  
プレイブックを作成します。



# プレイブックは営業プロセスの完全ガイド

「自社の製品、企業文化、サービスについて学習します。  
そこが出発点です」

- Scott Preszler氏



## プレイブックではどんな内容を扱うか

プレイブックには、新たに採用されたメンバーが会社で成功するために理解しておくべき、社内のさまざまなプロセスを記載します。

## 社内で協力してもらいたいメンバーを知る

「新たに入社した営業担当者は、社外営業の前に社内営業が必要になることを理解しなければなりません」

- Bob Britton氏



## 営業担当者の 学習内容が決まったら

---

プレイブックを複数の学習  
セクションに分割しましょう。  
すべてのトレーニングを一度に  
詰め込むのではなく、各セクション  
を段階的に提供します。



営業担当者が今後の業務で知っておくべきすべての項目を複数のステップに分割し、必要なタイミングでトレーニングを実施します。

# 研修が終わったら

A person with short, dark hair is seen from the back, looking at a wall covered in various design documents, sketches, and photos. The documents include wireframes, diagrams, and images of people. The person is wearing a light-colored sweater with dark horizontal stripes.

実際の業務を始めてもらいましょう。  
就いたばかりの職務に必要な知識を、すべて完璧に習得する必要はありません。

## 適切な研修期間とは

「担当者の研修に1年かかったら、残り1年しか戦力として活躍できないということもあり得ます」

- Jim Ninivaggi氏

# 認定制度は必要か

---

特定のスキルに対する知識を評価する認定プログラムを設定すると、本来の業務に集中できず、逆効果になることもあります。



## 重要なのは成果

「操縦方法を本で読んだばかりというパイロットの飛行機には、怖くて乗れませんよね。本物で飛んだ経験はあるのかと聞きたくなります。営業も同じです」 - Hilmon Sorey氏