

プログラムの概要

このプログラムは、ミラーハイマンの新しい、革新的な販売プログラムです。これはデシジョンメーカーであるエグゼクティブに効果的な営業を行う上で、大いに役立ちます。エグゼクティブレベルにおいては、意思決定がどのようになされるかということに対して、あなたの販売戦略計画を作成するための、エグゼクティブ向け営業のワークショップです。

このワークショップは1日コースです。主なエグゼクティブ デシジョンメーカー1,700名に対して、ほぼ2年間にわたって行った調査研究から引き出された経験的データに基づく、初めてのエグゼクティブ営業のワークショップです。この研究によって、デシジョンメイキングは、5つのスタイルに分けられることが明らかになりました。それぞれのエグゼクティブは、これらのカテゴリーの中のひとつに入ります。

- **カリスマ型 (Charismatics)** は、新しい、大胆で、革新的なアイデアに心を奪われます
- **熟考型 (Thinker)** は、デシジョンメイキングにおいて几帳面です。決定を申し渡す前に、あらゆる賛否ともどもの案を、徹底的に検討します
- **懐疑型 (Skeptics)** は、彼の世界観に合わない事柄には、強い疑いを持っています
- **コントローラ型 (Controllers)** は、デシジョンにまつわるあらゆる側面を、巧みに処理していきます
- **フォロワー型 (Followers)** は、同様のデシジョンメイキングが、過去において如何に成功したかという成功事例をもとに、決定を下します

提供する情報が、エグゼクティブのデシジョンメイキングのスタイルに合ったとき、営業担当者はより少ない時間で、より多くのビジネスを獲得できます。正しい方法で、最も効果的な手順と構成によって、あなたは正しい情報をエグゼクティブに伝えることができます。決定を下すにあたって適切な情報をフィルターにかけため、このすべての情報が、エグゼクティブのデシジョン プロセスにうまくフィットしていることになるのです。

お問い合わせ :

Miller Heiman Group Inc. Distribution Partner

〒163-8041 東京都新宿区西新宿 3-7-1 新宿パークタワー-N30F

電話 : 03-5326-3147

神戸本社 : 078-841-6661

エグゼクティブ インパクトSM

エグゼクティブが下す、5つの意思決定方法

MILLER
HEIMANSM

優秀な販売組織の構築

本プログラムへの参加理由

エグゼクティブに対し、情報をどのように示せばよいかということと、どのように情報が示されているか、ということとの間に、驚くべき不一致があります。私たちの調査によると、営業マンは彼らが費やしている時間の50%以上を、エグゼクティブが望んではいない方法で営業しているということが分かりました。エグゼクティブレベルとのミーティングでは、あなたは失敗が許されません。

- 営業プレゼンテーションの80%以上は、懐疑型やコントローラ型のデシジョン スタイルに照準を合わせているにも拘らず、これら2つのデシジョンメーカーのスタイルは、すべてのエグゼクティブのうち、30%以下しか占めていない
- カリスマ型とフォロワー型は、エグゼクティブの61%を占めている。しかし営業マンが行っているプレゼンテーションが、彼らのニーズに合っている対象は僅か10%でしかない
- こうしたギャップを埋めるために、エグゼクティブ インパクトは役立ちます

内容

- 5つのデシジョンメーカー スタイルを区別する方法を学ぶ
- 各エグゼクティブ レベルでの会談の前、途中、その後における戦略を開発する
- どのようにしてあなたの営業スタイルに、最大のインパクトを与えるようにするか
- 営業を前進させるため、ある特別のエグゼクティブのデシジョンメーカーのスタイルに影響を与えるための、計画されたツールキットを考える
- デシジョンスタイルが複合して含まれている場合に、あなたの販売努力をどのようにして合わすか
- 対立を避け、素早い意思決定がなされるように、顧客のデシジョンメーカー スタイルを最大限尊重するため、あなたのチームをどのように招集するかを学ぶ

期待効果

- 全てのエグゼクティブレベルへの営業訪問に対してあなたが準備すべき、毎回繰り返すプロセスを学ぶ
- 各々のエグゼクティブのデシジョンメーカー スタイルを追求するために要求される、適切なリソース、時期、そして方法を決めるのに役立つワークシートツールを、身につける
- きたるべきエグゼクティブとのミーティングにおいて、あなた自身を現実世界の状況において作業できる
- より良い契約率の達成、販売サイクルの短縮を実現し、そして値下げの要求をなくす
- 一層インパクトのある営業で、他社とあなたの差を際立たせる
- エグゼクティブのデシジョンメーカーとの信頼性の獲得、より緊密な関係の獲得

現実世界の販売戦略

- エグゼクティブ インパクトは、個人の性格スタイルのことでありません。エグゼクティブが意思決定をする時、如何にして情報を処理するかについて説明しています
- コМПЛЕКСな営業環境において、経済的取引影響者が演じる役割に特別な注意を向けているミラーハイマンの「戦略販売」、「コンセプトチュアル・セリング」、「大口顧客管理プロセス(LAMP)」といったコア コンセプトの延長線上にあります
- 企業内で現在実施されているどのような販売プロセスにも対立することなく、それを補完するプロセスです