

# A

見よう見まねではうまくいかない・・・

# 提案営業のセオリーを学ぶ

コース ～マーケティング&プランニング寺子屋(企画提案基礎篇)～

提案営業は旗を振るだけでは結果が出ません。決して永遠の課題ではなく、既にやっている所はしています。

## ▶第1日：「知らないと恥をかくマーケティングの“マ”」

### 1. マーケティングとは何ぞや？

市場調査だけがマーケティングではない

マーケティング>プロモーション>メディア>ツールの関係

### 2. ○○マーケティングの用語は意味不明？

マクロ VS ミクロ、マス VS One to One、ダイレクト & データベース

### 3. “製品”と“商品”の違い

“お客様”とはだれか、言われて久しい伝説その1・その2

### 4. 提案営業に求められるマーケティングの視点

発注側が期待する提案と受注側の企画のギャップ

## ▶第2日：「誤解が多い提案営業の基本 —成功の秘訣—」

### 5. 提案営業（企画提案）は自社の売り込みとは違う

新規開拓か既存のシェア拡大か

### 6. クライアント VS プロダクション・インテリジェンス

クライアントがジリ貧になる手伝いをしていないか

### 7. 企画提案 —成功の秘訣3つの条件—

提案機会を察知するアンテナの感度 - 事例 -

## ▶第3日：「提案しないのは機会損失 —情報収集がカギ—」

### 8. 案件の掘り起こし方、ニーズの把握、情報収集課題の見極め、提案の方向性 - 実践 -

### 9. 効果的な企画提案書の作り方

### 10. 説得力のあるプレゼンテーションのテクニック

## ▶講師プロフィール



マーケティング・コンサルタント

**菊田和房** (有限会社湾岸道路 代表取締役)

公益社団法人日本印刷技術協会の講師として、企画・デザイン・マネジメント系の定期7講座を担当。演習・グループ討議や実践を重視する実務トレーニング型のカリキュラム構成が特長。大手通販会社勤務を経て、通販会社・印刷会社・制作会社などの社内研修、コンサルティングを行う。大学非常勤講師の経験もあり。著書：通信教育教材「成功するメディア提案実践講座」篇 (JAGAT 刊)、他。