

「営業マン育成コンサルティング」 プログラム案内

～営業マンと営業マネージャーのスキルを向上させ、
成果を出す「仕組み」を90日間で構築する変革プログラム～

ソフトブレイン・サービス株式会社

野部 剛(のべ たけし)

営業マン育成先生

ソフトブレン・サービス株式会社 取締役

日本売れる仕組みづくり一般財団法人 理事

プロセスマネジメント大学 学長



・【プロフィール】

私立麻布中学校、麻布高等学校卒業。1996年早稲田大学第一文学部英文学専修卒業後、野村證券(株)へ入社。トップ営業マンとして活躍。2000年にベンチャーキャピタル(株)エイチ・ティ・シーへ入社、国内投資部課長に。その後、成毛真氏から直々のヘッドハンティングでコンサルティング会社(株)インスパイアに入社し、社長室、ディレクターを務める。

2005年ソフトブレン・サービス(株)入社、執行役員を経て、2008年取締役に就任。また、日本売れる仕組みづくり一般財団法人の設立とともに理事に就任。プロセスマネジメント大学学長として営業マーケティングに関するセミナーを多数開催している。

・【著書】

『90日間でトップセールスマンになれる最強の営業術』(東洋経済新報社、1500円+税)

・【取材】

『成功するコミュニケーション術』『プロが語る実践コミュニケーション術』(インフォレスト、2008年4月10日発行)

『BIG tomorrow』『質問力』(青春出版社、2008年10月1日発行)

『週刊東洋経済』『無敵の営業力』『営業に役立つビジネス書12選』(東洋経済新報社、2009年3月7日発行)

『先見経済』『プロセスマネジメントで営業力強化<売れる>企業になれ!』(清話会、2009年5月1日発行)

3大営業課題

①営業マンの育成(スキルアップ)

②現状の営業スタイルからの脱却・変革

③売れる仕組みづくり(新規開拓、組織化)

全ての問題点は営業マネージャーに集約される

営業マネージャーの成長

営業幹部・マネージャーに必要な4つの力と2つの役割

マネジメント力

- ① 目標達成力
- ② PDCA力
- ③ 教育力

セールス力

- ① セールススキル
- ② セールスナレッジ
(商品知識)
- ③ セールスマインド

結果の最大化

営業課題発見 × 課題解決

- ① 集客力
- ② 商品開発力

マーケティング力

- ① IT
- ② 業務設計・運用・改善

業務プロセス力

「目標達成」のために必要なこと

※営業マン5名の場合
1人当たり必要面談件数

目標(ゴール)からの逆算する思考

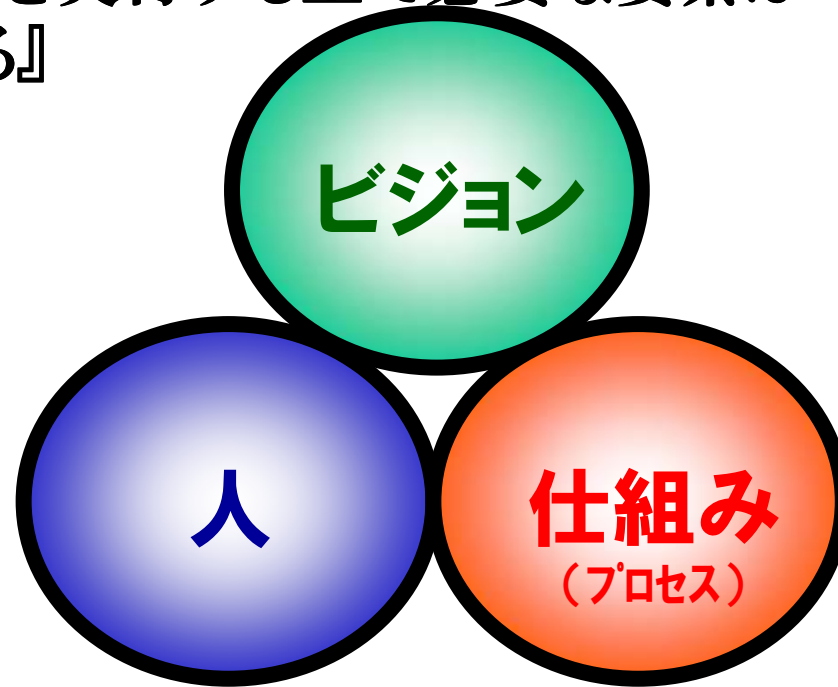


月間目標予算 **5000万円** ÷ 平均受注単価 **200万円**

強い営業部門の条件

ピーター・F・ドラッカー

『企業が経営戦略を実行する上で必要な要素は「資源」「プロセス」「価値基準」である』



「ビジョン」や「人」にはばかり注力しすぎて、「仕組み」化を忘れてはいませんか。

「営業マン育成コンサルティング」プログラムはココが違う

①【実行性】

シンプル体系で、誰でも身に付けられる

②【オーダーメイド/カスタマイズ型】

シンプルなオリジナルマニュアルとナレッジがまとまる

③【仕組みづくり】

「わかる」だけでなく、「できる」「続ける」仕組みづくりまで定着を完全サポート

だから、業績・成果に直結

成果達成指標の共有

① 成約率の向上

② 単価の向上

③ 有効面談数(案件数)の増加

④ 商談期間の短縮/回数 of 減少

⑤ 人材育成の早期化

「営業マン育成コンサルティング」のお客様の声

「実施後3ヶ月間で、定番以外の新製品の**成約率が3割アップ**しました」(食品メーカー 執行役員)

「オリジナル版5ステップ**55**スキルを作成。訪問前の事前準備を徹底し、**成約率20%が40%に**。」(人材採用コンサルティング 代表取締役)

「1年間の平均**成約率は99.2%**でした。ここ9年間で最高記録です。」(生命保険 代表)

「1顧客当り**商談単価が3倍**に跳ね上がりました。」(ソフトウェア販売 取締役)

「ユーザー向けと代理店向けのマニュアル作成後、週1回のロールプレイングを全支社で1年間継続し、**見事2ヶタ成長**できた。」(農業機器メーカー 常務取締役)

「毎日30分間ロープレを実施。ここ2年間で2件しか売れなかったサービスが半年で4件獲得できた。**販売実績8倍**。」(IT関連サービス 執行役員)

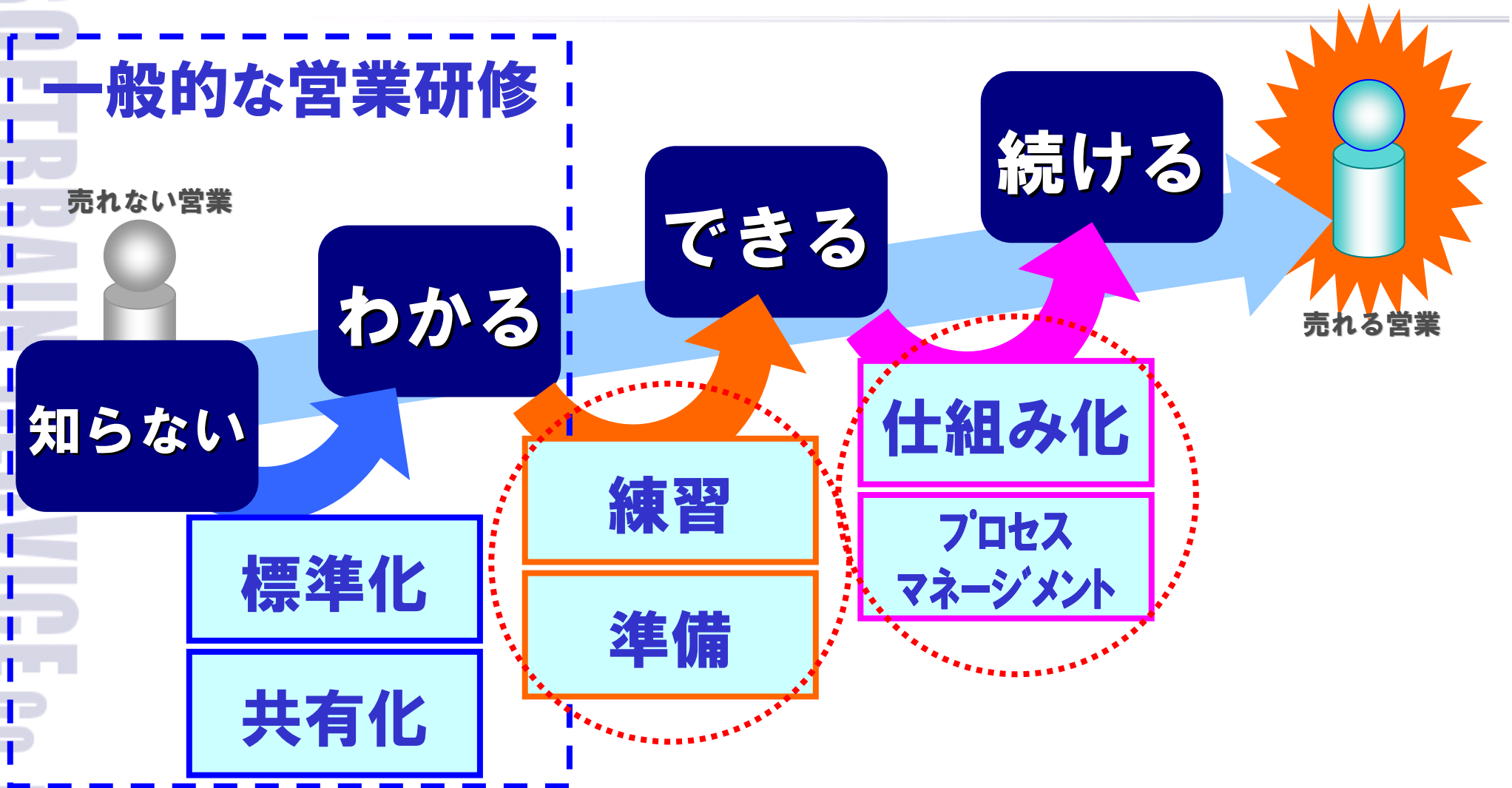
「自社の概要紹介方法を会社案内も作成し直し、全社員で統一化。**これまで全く売れなかった新商品・新サービスが導入後8ヶ月で40件獲得**できた。県内業界トップ企業に。」(システム販売 代表取締役)

「オリジナル版5ステップ**63**スキルを作成。目標予算達成のためには、営業マン一人当たり1日6件の商談実施をルール化。導入後3ヶ月で、**新規見込み案件が1.5倍**に増加し、予算達成。業界トップシェアに。」(設備内装工事 営業部長)

「見積書・提案書の出し直しが激減。初回面談からご契約までの**平均訪問回数が半分**になった。」(電気設備 代表取締役)

「新卒採用者の1年目の1人当たりの**平均売上が倍増**。」(インターネットベンチャー 代表取締役)

人材育成 3STEP



「営業マン育成コンサルティング」プログラムは、一般的な営業研修とは異なり、「できる」「続ける」仕組みづくりまで定着を完全サポート。

【標準化】スキル・ナレッジの標準化

これまで2000社を超える企業の営業コンサルティング経験の中から、トップセールスの行動を分解し、エッセンスを抽出することで、「5ステップ70スキル」の体系化が生まれた。オリジナルの面談プロセスと必要なスキルが標準化でき、それにより、上司と部下が共通言語で意思疎通できる。

【標準化スキル】一覧表

スキルID	スキル名	スキル説明	トピックリスト	スキルレベル				評価コメント
				1	2	3	4	
1	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
2	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
3	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
4	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
5	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
6	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
7	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
8	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
9	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
10	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
11	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
12	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
13	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
14	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
15	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
16	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
17	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
18	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
19	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
20	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
21	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
22	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
23	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
24	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
25	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
26	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
27	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
28	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
29	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
30	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
31	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
32	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
33	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
34	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
35	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
36	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
37	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
38	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
39	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
40	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
41	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
42	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
43	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
44	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
45	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
46	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
47	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
48	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
49	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
50	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
51	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
52	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
53	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
54	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
55	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
56	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
57	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
58	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
59	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	
60	接客マナー	接客マナーの徹底	接客マナーの徹底	-3	-1	0	1	

面談のプロセス

トップセールスマンの行動を分解

営業マンに必要なスキル

5ステップ5スキル営業チェックリスト

1. ■事前準備■

- 今回の面談ではどうなれば自分自身は成功か？

2. ■アプローチ■

- 信頼関係を構築するために何をしたか？

3. ■ヒアリング■

- 聞くべきことはモレなくちゃんと聞き出せたか？

4. ■プレゼンテーション■

- 商品・サービスの前に、解決策は提示できたか？

5. ■クロージング■

- 次の約束を決めてきたか？ 日時は確定しているか？

(参考) 1600社プロセスマネージメント実践の実績

〈総合電気メーカー〉

株式会社 東芝
 富士通 株式会社
 ソニーマーケティング 株式会社
 富士電機 株式会社

〈通信〉

NTT東日本 株式会社
 NTT西日本 株式会社
 NTTコミュニケーションズ株式会社
 株式会社 NTTドコモ九州
 株式会社 NTTドコモ北海道
 株式会社 パワードコム
 株式会社 ネットマークス

〈情報サービス・SI〉

株式会社 CSK
 株式会社ミロク情報サービス
 キヤノンシステムソリューションズ(株)
 トランスコスモス 株式会社
 富士電機ITソリューション 株式会社
 情報技術開発 株式会社
 ネクストウェア 株式会社
 日本ソフト販売 株式会社
 株式会社 システムオリコ
 株式会社 JIEC
 旭化成情報システム株式会社
 大興電子通信株式会社

〈ガス・電力〉大阪ガス 中部電力、東京電力

〈石油・化学〉

積水化学工業 株式会社
 太陽石油 株式会社
 富士化学工業 株式会社
 プリチストン株式会社

〈紙・パルプ〉

大王製紙 株式会社

〈医療〉

株式会社 クラヤ三星堂
 旭メディカル 株式会社
 クインTAILズ・トランスナショナル・
 ジャパン株式会社

〈食品〉

国分 株式会社
 キリンビール 株式会社
 アサヒビール 株式会社
 株式会社 永谷園
 エバラ食品工業 株式会社
 マルハ 株式会社
 東京コカ・コーラボトリング株式会社
 グリコ乳業 株式会社
 株式会社 カクヤス
 株式会社 サンフレックス
 株式会社ニチレイ

〈コンビニ〉

株式会社 スリーエフ
 株式会社 am/pmジャパン
 シダックスシーアンドバイ株式会社

〈証券・投資〉

UFJつばさ証券 株式会社

〈建築〉

株式会社 大林組
 日研工業 株式会社
 株式会社 アドヴァン
 NECアメニプランテクス株式会社

〈シンクタンク〉

株式会社 UFJ総合研究所
 株式会社 三菱総合研究所
 株式会社 野村総合研究所

〈教育〉

富士ゼロックス総合教育研究所

〈人材派遣〉

株式会社 フルキャスト
 株式会社 スタッフサービス
 株式会社 リクルート
 株式会社 リクルートスタッフィング
 パソナキャリアアセット 株式会社

〈放送・新聞〉

全国朝日放送 株式会社(テレビ朝日)

株式会社 時事通信社

〈商社〉三協商事 株式会社

〈機械、車両製造〉

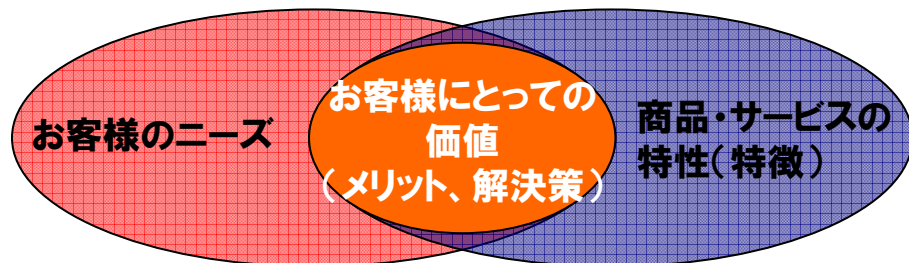
本田技研工業 株式会社
 三井精機工業 株式会社
 スミダ電機 株式会社
 株式会社 イズミフードマシナリ
 日本車輛製造 株式会社
 新明和工業 株式会社
 株式会社 ソロカップジャパン
 株式会社 アドバンテスト
 日本電波工業 株式会社
 〈葬儀〉株式会社 公益社
 〈寝具〉株式会社 丸八真綿
 〈カラオケ〉株式会社 第一興商
 〈セキュリティ〉
 セントラル警備保障 株式会社
 〈娯楽〉フィールズ 株式会社
 〈その他〉
 日本郵政公社
 千葉ゼロックス 株式会社
 コニカミノルタ
 ホールディングス 株式会社
 アストロデザイン 株式会社
 日本電計 株式会社
 日経メディアマーケティング(株)
 など 合計1600社超

(順不同)

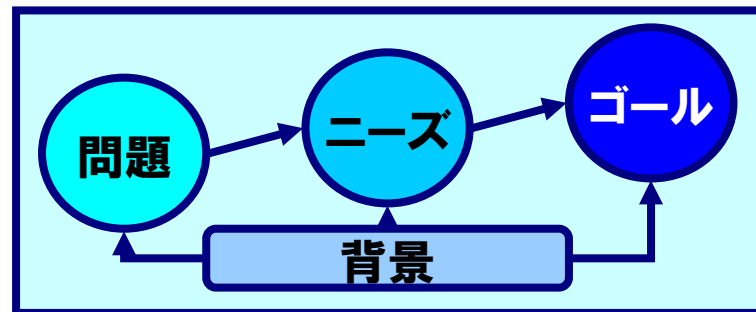
大手・中堅・中小企業でこれまでに1600社超
 業種業態を問わず、「営業・マーケティング」コンサルティング支援

【共有化】スキル・ナレッジの共有化

ニーズと特性(スペック)と価値(バリュー)



ニーズの全容



お客様の抵抗の排除

- ①無関心、②不要不急、③不審、④不満、⑤誤解(興味深々)、⑥優柔不断

各ワークシートを活用して、受講者全員のナレッジを共有化

個別相談会ヒアリングシート④ 特性・価値検討法

商品・サービス名	特性(スペック)
①	
②	
③	
④	

個別相談会ヒアリングシート⑤ 鉄アレイモデル 【重要】

商品

鉄アレイの歴史や、例、メリット、デメリット、お客様の立場から、ライバルの立場から、商品やサービスの特長を考えよう。競争相手と比べて、SWOT分析に挑戦してみてください。

USP (Unique Sales Proposition) 「あなたの商品にどんなことが他社と異なるのか? 競争相手が真似できないような強みはありますか?」

(ワーク) USP 抜粋

情報 (有益なノウハウ、考え方)	サービス (アフターサポート、保証)

無関心の克服検討法

商品	不審・不満・誤解

不審・不満・誤解検討法

無関心の克服検討法

不審・不満・誤解検討法

ニーズの全容の整理

購買意、営業・マーケティング上で「現状の問題」「ニーズ」「ゴール(狙い)」「背景」からご説明ください。

■「ニーズ」(具体的な行動欲求)「～したい、～が欲しい」※お客様にとって「ゴール」に至る手段	■最終的な「ゴール(狙い)」【望む状況】(最終的に達成したいこと)

■上記のゴール(狙い)、ニーズが生じた「背景」「現状(抱いた理由・環境)」「何故そうなったのか?」

(コアスキル研修のワークシートの一部抜粋)

【練習】ロールプレイング

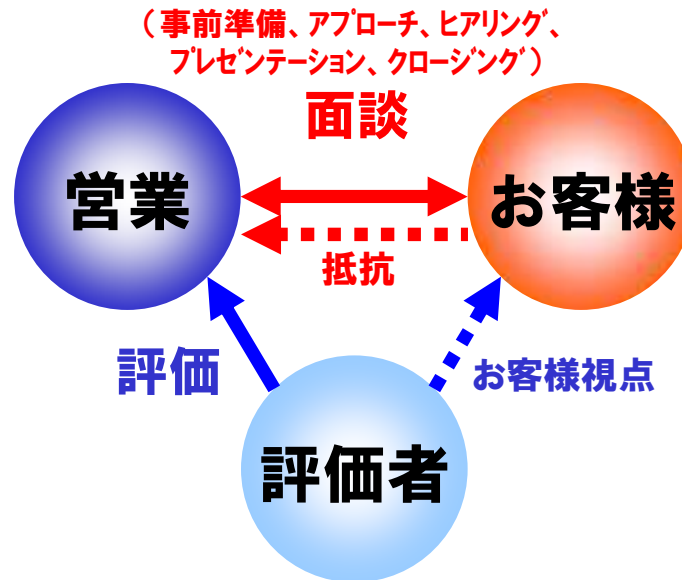
オリジナルロールプレイングケース(営業役)

オリジナルロールプレイングケース(お客様役)

営業ロールプレイング
ケース[eSM_ハウスリフォーム]
営業役

ソフトブレイン・サービス株式会社

(基本情報のみ)



営業ロールプレイング
ケース[eSM_ハウスリフォーム]
お客様役

ソフトブレイン・サービス株式会社

(ニーズの全容情報)

(お客様の詳細情報)

(抵抗のシナリオと模範解答)

オリジナル5ステップ〇スキル(評価者役)

ステップ	スキル	内容
1	顧客ニーズの把握	顧客のニーズを把握し、適切な提案を行う。
2	顧客視点での提案	顧客の視点から提案を行い、顧客の利益を最大化する。
3	顧客とのコミュニケーション	顧客と効果的にコミュニケーションを取り、信頼関係を築く。
4	顧客からの抵抗の対応	顧客からの抵抗に対して適切な対応を行い、問題を解決する。
5	顧客からのフィードバックの収集	顧客からのフィードバックを収集し、サービスの改善に活かす。

【ロールプレイング3つの意義】

- ①練習になる(営業マン役)
- ②お客様視点で気付ける(お客様役、評価者役)
- ③自社のあるべき姿の合意形成ができる(全員)

【準備】事前準備

オリジナル事前準備シート

事前準備シート			
		記入日	年 月 日
お客様名		営業担当者	
面談日時④		面談場所④	
(お客様)面談者④		(自社)同行者④	
準備物・持参物④			
面談目的④			
面談のゴール④			
商談のゴール④			
想定商談プロセス(スケジュール)④			
お客様への事前情報提供①	<input type="checkbox"/> 小冊子 <input type="checkbox"/> 書籍 <input type="checkbox"/> プレスリリース <input type="checkbox"/> 事例		
お客様の事前理解③	<input type="checkbox"/> HP <input type="checkbox"/> プレスリリース <input type="checkbox"/> 社情報 <input type="checkbox"/> 社情報		
業種・業界②		ビジネスモデル(⑥類型)	
商品(単価、USP)②			
ターゲット顧客(規模、組織、社員数、エリア、売上高、売上伸び率)②			
アプローチ方法②			
(お客様)競合他社②			
◆類似企業の事例・証拠の想定③			
会社名		事例選択の理由(成功要素)	
成約した商品・サービス		成約理由	
背景			
問題			
ニーズ			
ゴール			
◆お客様のニーズの全容の想定⑤⑥			
背景⑤			
問題⑤			
ニーズ⑤			
ゴール⑤			
想定理由⑤			
想定を確認する方法⑤			
◆お客様の「抵抗」の想定④⑦			
	抵抗(1)	抵抗(2)	抵抗(3)
お客様の反応④			
抵抗の種類④			
対応方法④			

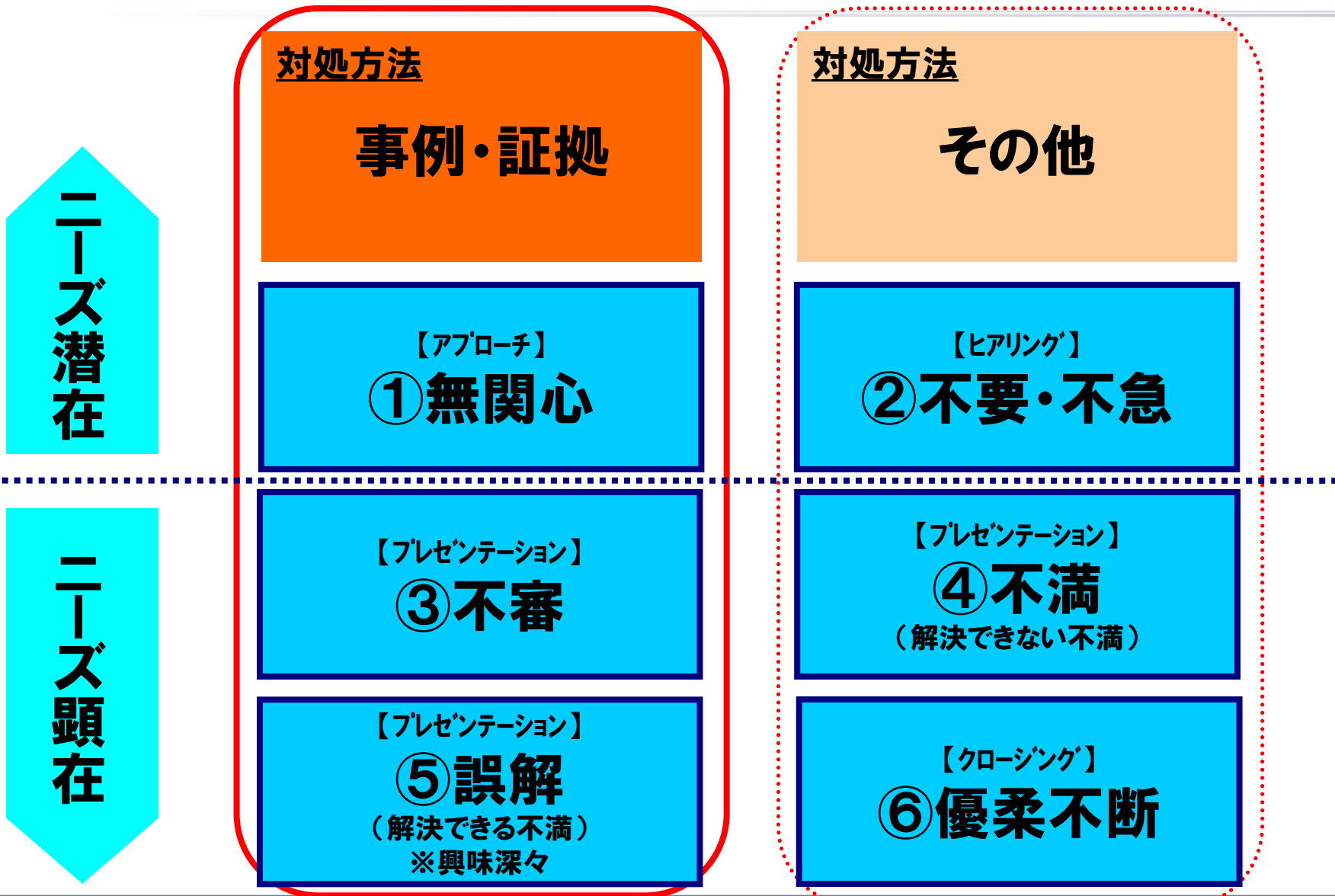
実際のお客様に対する面談が実施される前(例えば、2日以上前)に、部下が上司のスケジュールを10～30分確保し、事前準備の打合せを実施する。

そのことで、より精度の高い仮説を持って面談に臨むことができる。

【事前準備5つのポイント】

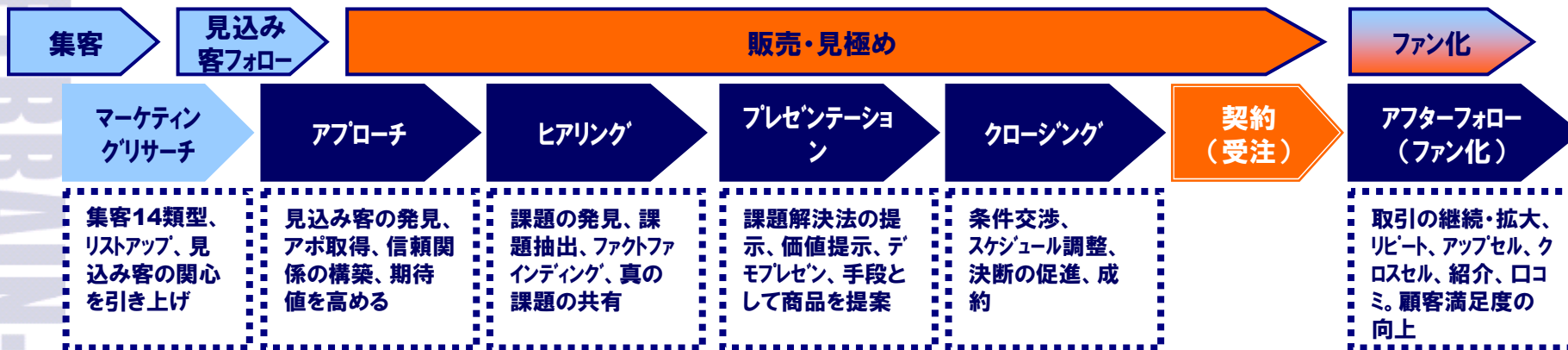
- ①自分自身のゴール設定
(商談のゴールと面談のゴール)
- ②お客様のニーズの全容の想定
- ③類似事例の準備
- ④お客様の抵抗の排除の準備
- ⑤お客様の事前理解

(参考) 事例によって解決できるお客様の抵抗



【仕組み化】「商談プロセス」と「面談ステップ」

商談プロセス（セールス標準プロセス）

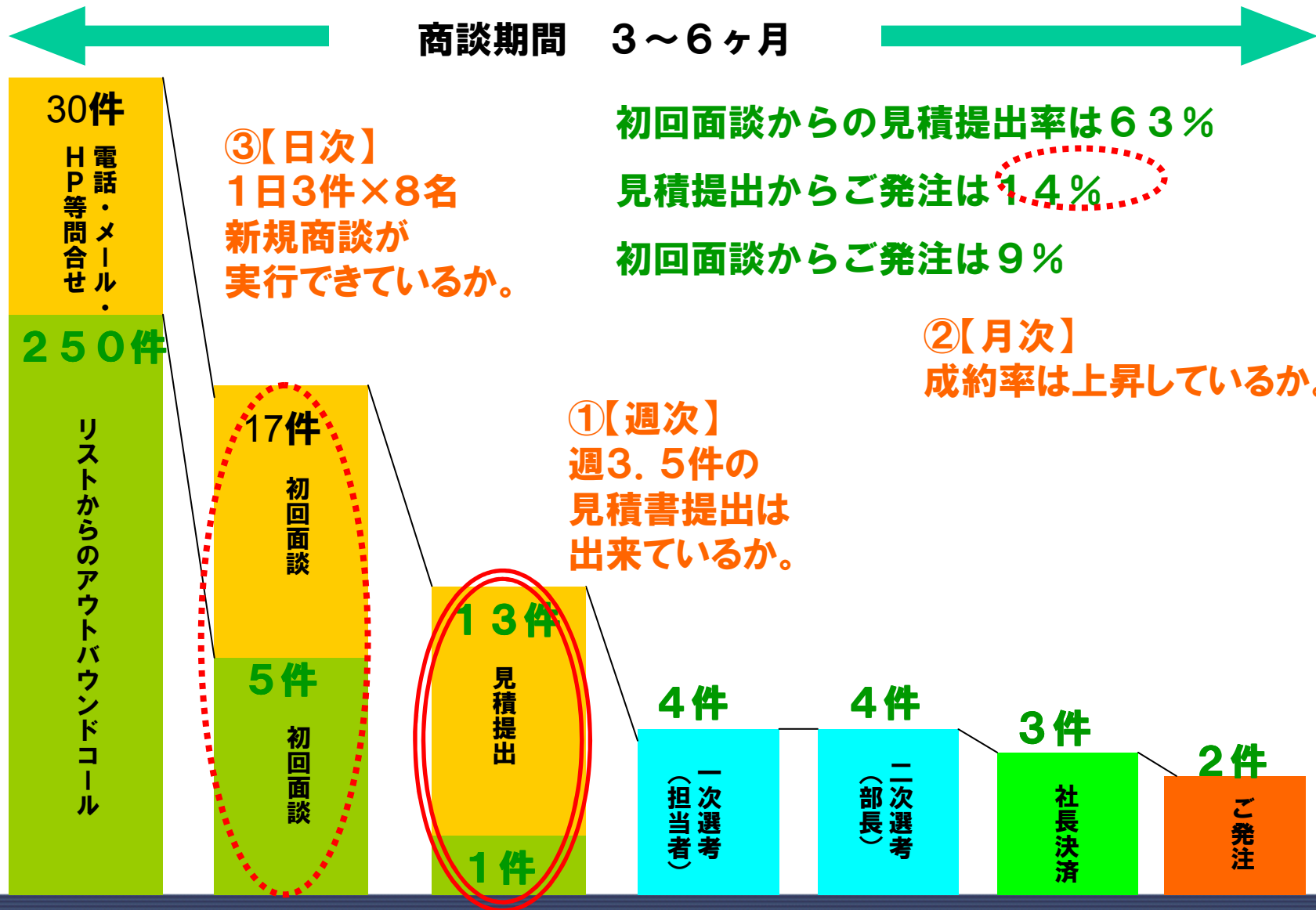


（5ステップ70スキル）
面談ステップ



【プロセスマネージメント】

セールス標準プロセスとマネージメントポイント設定



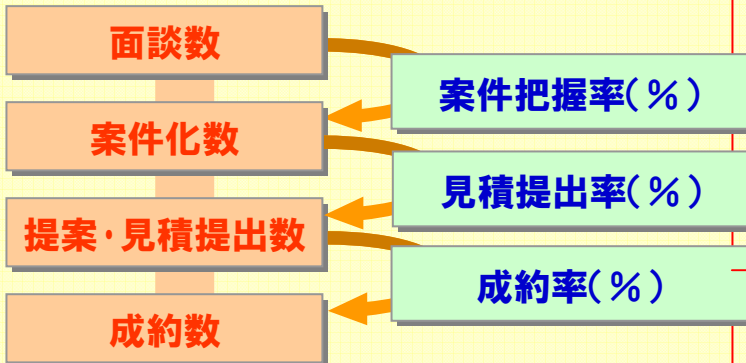
【プロセスマネージメント】

マネージメントポイントによるマネージメントの標準化

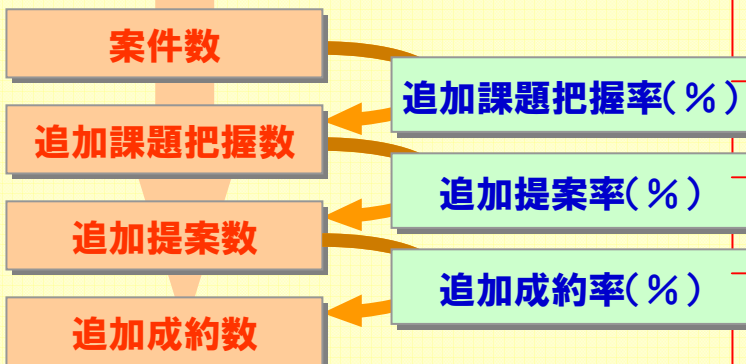
営業プロセスと計数例

セールスプロセスを標準化し、全体計数を把握します

営業本部・マーケティング本部

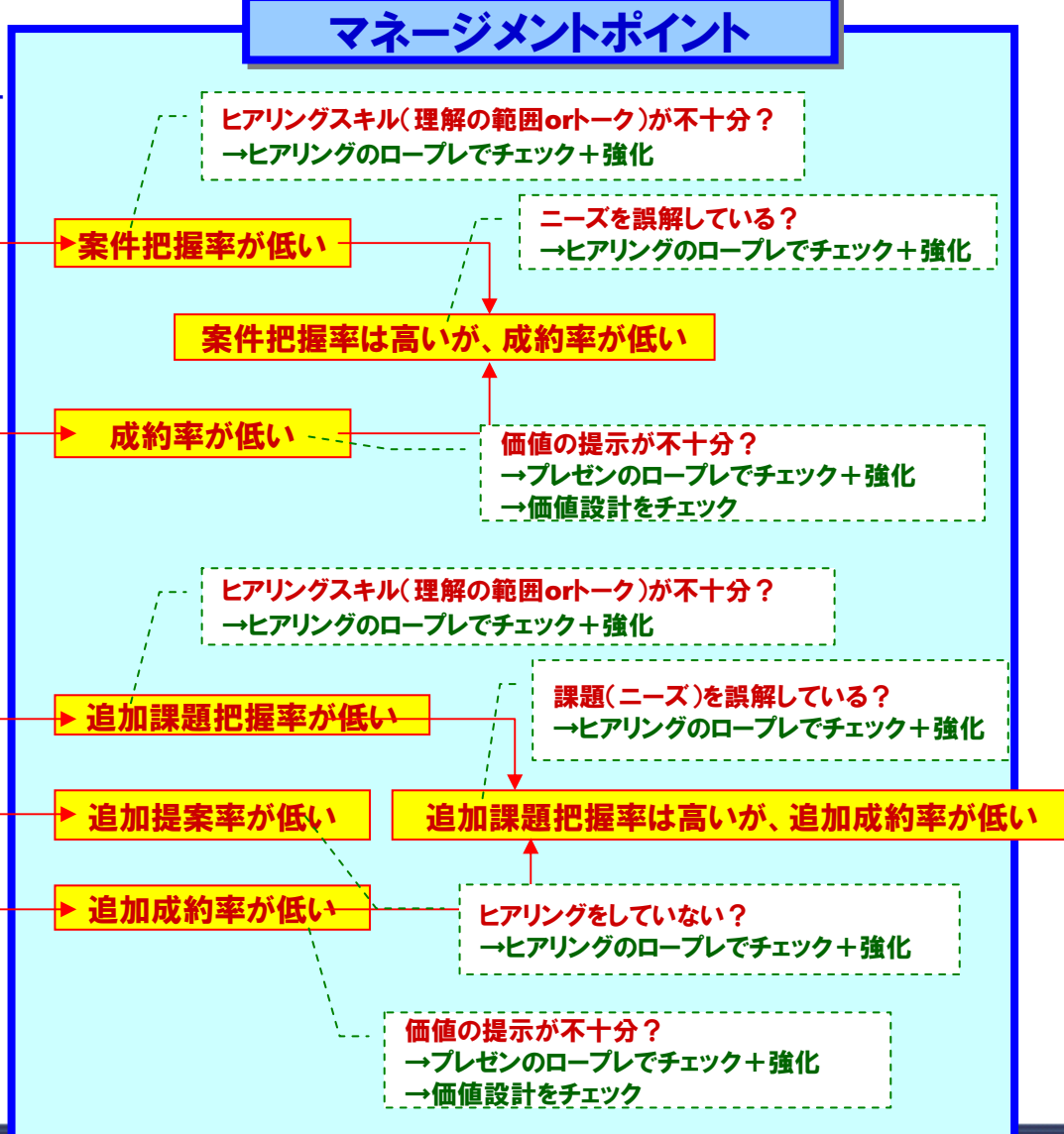


コンサルティング本部



- ・セールスプロセスにおける計数目標を設定し、個々の営業の管理をしていく
- ・社内で実施するロープレは下記の計数を意識して実施する

マネージメントポイント



「営業マン育成コンサルティング」の6つの価値

①標準化

- 売れる営業マンのスキルが標準化できる
- 商談プロセスが標準化できる
- 上司と部下とで言葉が共通言語化できる
- マネージャーのマネジメントポイントが標準化できる
- 属人性を排除し、組織的営業が実現できる

④スキル向上

- 成約率が向上する
- 商談規模(案件単価)が大きくなる／クロスセルできる
- 商談期間・回数が減少する
- ヒアリングスキルが向上し、聞きモレがなくなる
- 誰でもできる「トークスクリプト」化で必ず身に付く

②共有化

- 全社員(特に売れる営業マン)の持つナレッジが共有できる
- 商品・サービスの「特性・価値」を正しく理解できる
- 成功事例が共有化できる
- オリジナル営業マニュアルができあがる

⑤脱却・変革

- 「押し売り、御用聞き、物売り」営業スタイルから脱却できる
- 少数の売れる営業マンへの依存から脱却できる
- 「ソリューション営業」へ変革できる
- 自社の商品・サービスに自信が持てる
- WIN-WIN関係の構築により、値引き要請に軽々しく応じなくなる

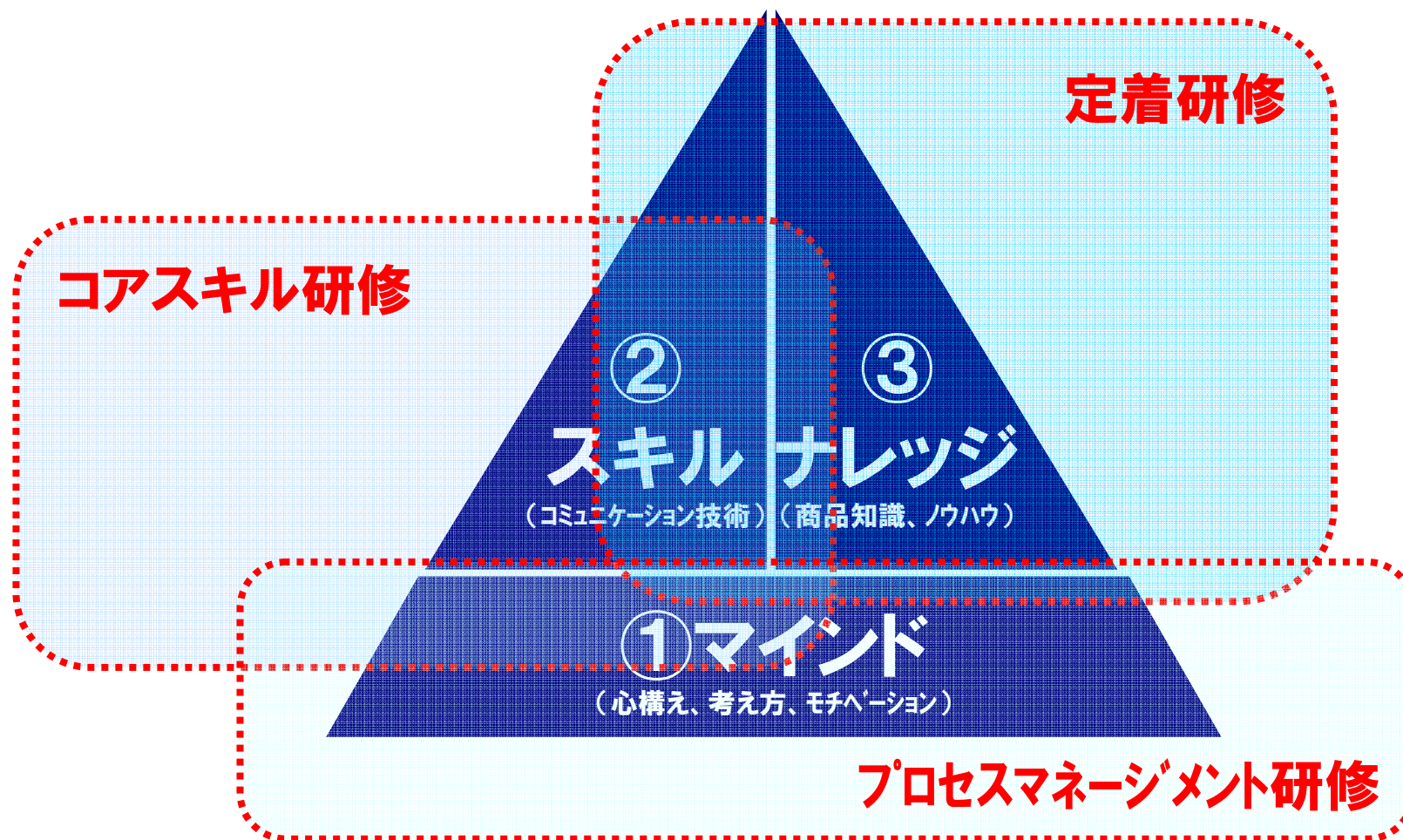
③仕組み化

- OJTに依存せず、自然と営業マンが育つ仕組みができる
- 正しいロールプレイングと事前準備が社内定着する
- 新人・中途採用でも短期間で即戦力化できる
- 星取表に基づく評価制度の仕組みができる
- プロセスマネジメントの仕組みができる

⑥マネージャー支援

- マネージャーの部下育成の負荷を軽減できる
- 個々の営業マンの育成のポイントが明確になる
- マネジメントスキルを保有したマネージャーが増える
- マネージャーの違いによる売上・利益のブレが少なくなる

セールスに必要な3つのもの



営業マン育成コンサルティング 6つのSTEP

売れない
営業マン

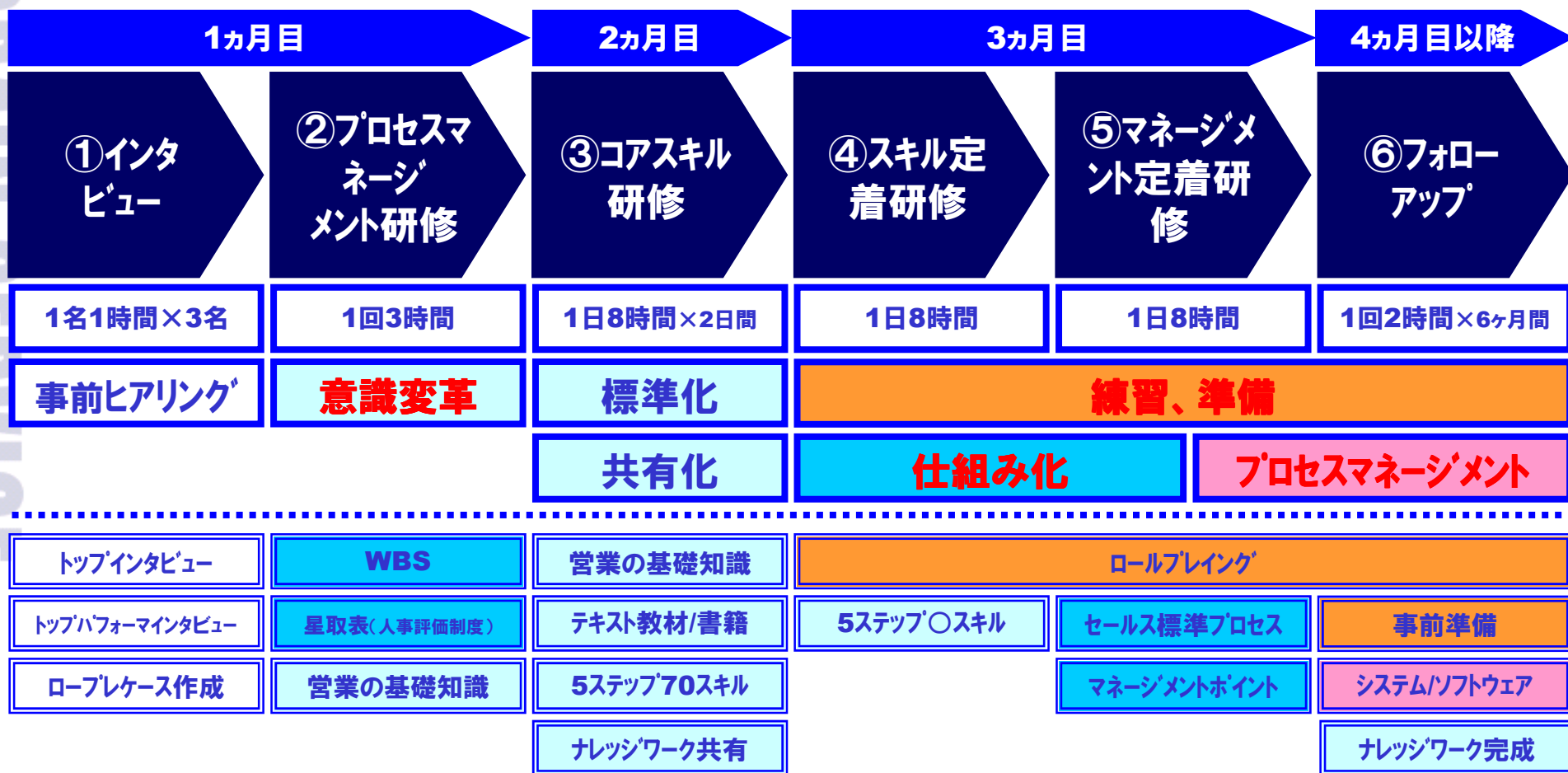
売れる
営業マン

知らない

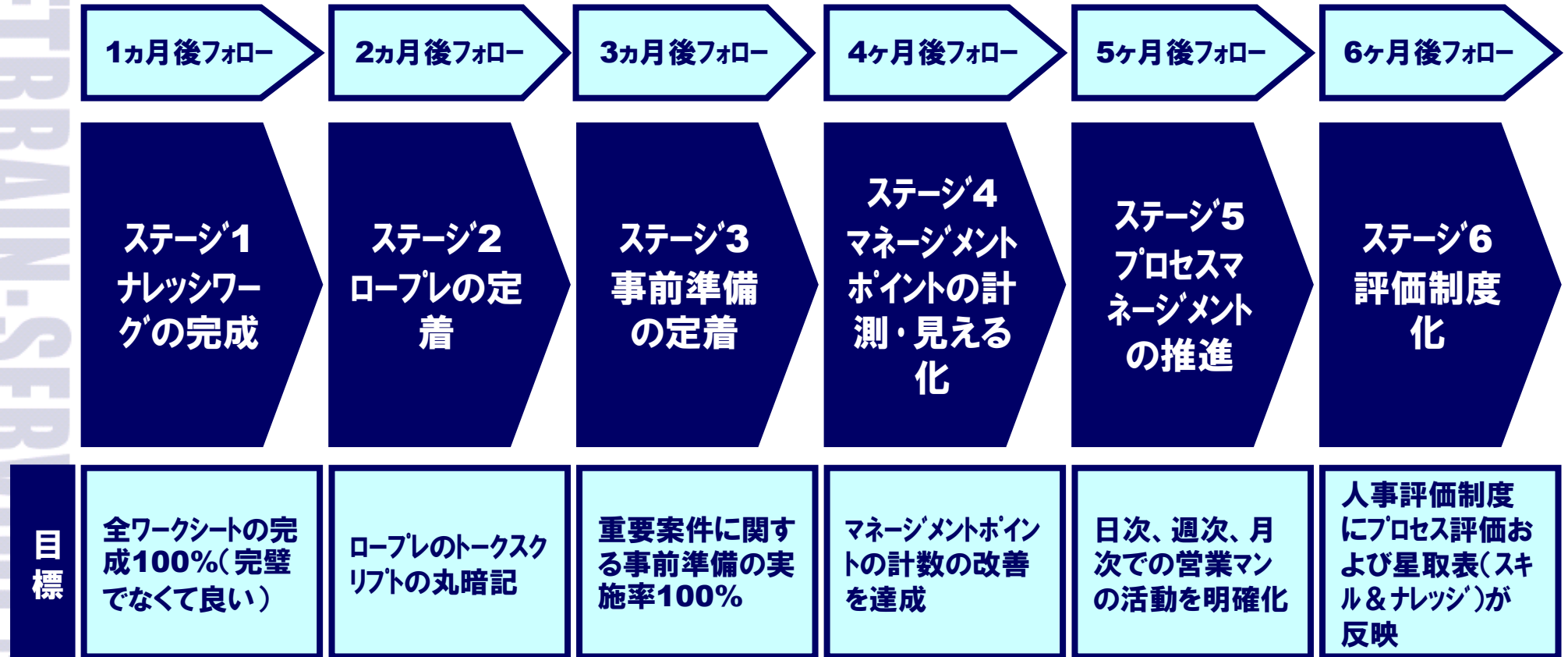
わかる

できる

続ける



「⑥フォローアップ」の6つのステージ



※進捗スピードは、個別企業様毎に異なります。ひとつの目安としてお考えください。

価格表

1ヵ月目		2ヵ月目	3ヵ月目		4ヵ月目以降
①インタビュー	②プロセスマネジメント研修	③コアスキル研修	④スキル定着研修	⑤マネジメント定着研修	⑥フォローアップ
1名1時間 ×3名	1回3時間	1日8時間 ×2日間	1日8時間 ×2日間		1回2時間 ×2ヶ月間
③とセット 0円 <small>※原則単一事業部門 (追加1事業部門3名 までセットで10万円)</small>	50万円	75万円 +4.25万 円×人数	75万円	75万円	1回 25万円
本研修導入ご決定者の方のトップインタビュー、ならびに貴社内のトップフォーマーインタビューを2名分させていただきます。	プロセスマネジメント発想の基礎を理解し、身に付け、これまでの営業スタイルからの脱却・変革を促します。	ソリューションセールスのベースとなる考え方とスキルをワークを通じてスキル理解に勤めます。	オリジナルの5ステップ ○スキルを作成し、それを練習するための綿密なロープレケースを作成します。	セールスの標準プロセスを設計し、それに応じたやるべきことを明確化する。更にマネジメントポイントを明確化し、誰でも日次・週次・月次でのマネジメントポイントを共通化する。	6ヶ月間に渡ったテー着に向けたフォロープログラム。正しいロールプレイングのあり方や正しい事前準備のあり方を説明し、運用定着につなげます。
<small>※注1)1回の参加人数の上限は24名程度。 ※注2)会場費、交通費、宿泊費は上記に含まれません。 ※注3)営業マニュアルの作成をご希望の場合はご相談下さい。</small>					

『90日間でトップセールスマンになれる 最強の営業術』 (東経済新報社、1500円+税)



野部 剛 (のべ たけし)

nobe@softbrain.co.jp