

オンライン  
セミナー

消費財メーカー様向け

これが正しい  
小売業への  
営業力強化  
シリーズ

【2023春夏 ラインナップ】

小売業やお客様の環境変化に  
対応した営業活動のために  
必要な知識・スキルを身につけられる  
セミナーがここにあります



株式会社マーケティング研究協会

# メーカー営業部門向け公開セミナー

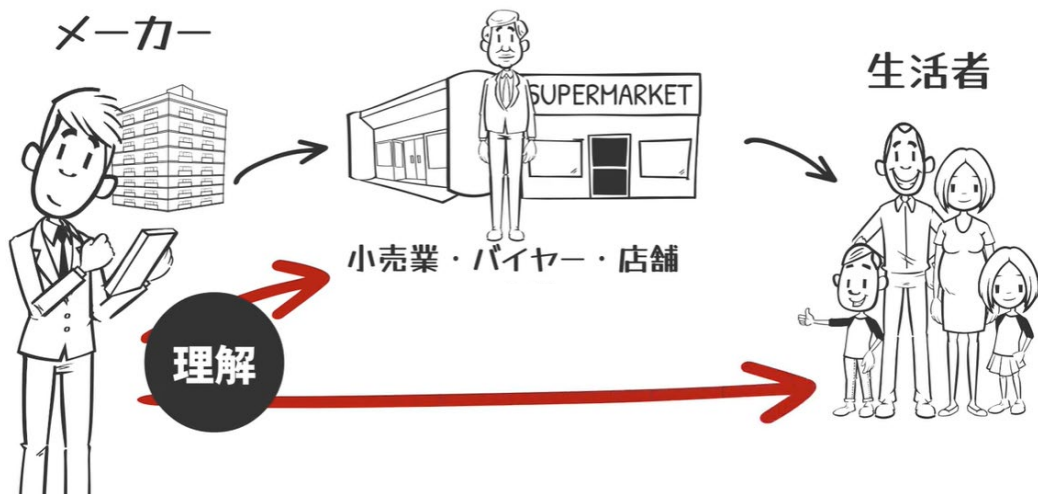
## 小売業やお客様の環境変化に対応することができる メーカー営業として必要とされる知識・スキルを身に付ける 公開セミナーをご用意しています

マーケティング研究協会では、消費財メーカー様の営業部門向けに特化した内容の公開セミナーをご提供しております。

メーカーの営業活動に必要なのは、小売業・バイヤー・店舗と生活者を理解し、得意先と一緒に課題解決を目指して、より多くのお客様に買い続けて頂けるように提案し続けることです。

メーカーの営業活動や小売業を熟知した講師が、皆様の直面されている”業務課題”を解決に導くためにプログラムを設計しております。

### 営業活動に必要なのは？



## メーカーの営業活動や小売業を熟知した講師

本セミナーは消費財メーカーの営業活動や  
小売業の環境を熟知した講師が担当いたします




マーケティング研究協会



マーケティング研究協会 トレードマーケティング部 顧問  
谷 雅之

大学卒業後、ライオン株式会社に入社(28年間勤務)  
営業、ブランド育成担当、事業計画担当を経て、営業革新プロジェクトに参画。環境変化、技術革新に対応できる新たな営業活動スタイルの構築を行う。「物売る⇒顧客を作る営業」へと革新を推進し、利益率を改善。独立後はこれまでの経験を活かし、主に消費財メーカーの営業改革、営業力強化に携わっている。  
(一財)生涯学習開発財団認定プロフェッショナルコーチ

初級から実践まで、幅広い層の方にご参加頂ける  
セミナーテーマをご用意しております



**営業担当者に重要な  
3つのテーマについて  
初級・実践それぞれのクラスを開講予定**

- ... **テーマ1：提案営業**
- ... **テーマ2：POSデータ分析・活用**
- ... **テーマ3：売場理論**(棚割・プロモーション)

テーマ		Basic(初級)	Advanced(実践)
提案営業	タイトル	お願い商談・商品紹介を “提案型”に変えよう	提案ストーリーのつくり方
	ポイント	1. 「お願い・紹介」ではない、“提案”のポイントを学べます 2. 提案型営業の基本の流れが体得できます 3. 得意先視点の提案をするポイントをお伝えします	1. 提案書を作成する前に整理するポイントがわかります 2. ご自身の提案書にヌケレモがチェックできます 3. 提案書のテンプレートで、すぐに活用できます
POSデータ 分析・活用	タイトル	POSデータ分析の基礎基本	POSデータ分析 実践編
	ポイント	1. 営業としてのデータへの向き合い方が理解できます 2. POSデータを見る際の簡単な3ステップを解説します 3. サンプルのPOSデータを使ったワークで体感できます	1. 活用シーンにあわせた超実践的手法を伝えます 2. 日別・店別データなどの使い方がわかります 3. データ活用によって、得意先の信頼を得られます
売場理論 棚割 プロモーション	タイトル	売場理論の基礎知識	売場理論を活用した カテゴリ提案
	ポイント	1. 商談に活用できる、売場理論を解説します！ 2. 「なんでこの売場？」と言われた時の引出を増やします！ 3. 棚割・プロモーションでの活用ポイントを解説します！	1. 売場理論のカテゴリ提案での活用方法を伝えます！ 2. カテゴリリーダー視点の提案ポイントを解説します！ 3. 半期提案と月次商談のPDCAを確認できます！
その他	タイトル	提案・商談で 市場データを活かそう	
	ポイント	1. 商談での市場データの活用のポイントを解説します 2. 市場データの中身を説明するポイントをお伝えします 3. サンプルの市場データを使ったワークで体感できます	

※複数テーマをご受講される方は、2講座目より受講料を20%offさせていただきます

# お願い商談・商品紹介を “提案型”に変えよう

## ●本セミナーのポイント

1. 「お願い」や「商品紹介」で終わらない、“提案”のポイントを学べます！
2. 「脱：お願い商談」に向けた、提案型営業の基本の流れが体得できます！
3. POSデータ等がなくても、得意先視点の提案をするポイントをお伝えします！

### 1. なぜ提案しているつもりが“お願い商談”になってしまうのか？

- ・小売業のメーカー／卸に対する提案への要望の変化
- ・自社品の説明・紹介だけなら、時間をもらえなくなる
- ・”お願い”とバイヤーに感じさせてしまうポイントはどこにあるか
- ・”提案”と”商談”の違いを整理する

### 2. データが揃って無くても提案出来る手段を考えてみる

#### 【売場・お客様観察データ】

- ・売場やお客様を見たものをデータ化する
- ・お客様の購買行動と売場をどのように見るべきか
- ・注目すべき、旗艦店・新店・リニューアル店舗

#### 【ヒアリングによる定性情報】

- ・バイヤーに聞くべきことと卸に聞くべきこと
- ・公開情報からも様々な方針を確認出来る
- ・得意先の方針と提案にどのような関連があるか

### 3. 提案に活用していく際に注意すべき点

- ・様々な情報を重ね合わせ、ストーリーにする
- ・”求められていない得意先”にはどうするか
- ・バイヤーから頼られる、必要とされるためには？

【開催日】:2023年6月28日(水) 13:00~16:00

ZOOMウェビナー オンラインLive配信

【講師】:谷 雅之 マーケティング研究協会 顧問

【受講料】:29,700円(税込)

※複数テーマをご受講される方は、2講座目より受講料を20%offさせていただきます

バイヤーを説得・共感される！

# 提案ストーリーの作り方

## ●本セミナーのポイント

1. 提案書を作成する前に整理するポイントを理解できます！
2. ご自身の提案書にヌケレモがチェックできます！
3. 提案書のテンプレートを進呈いたしますので、すぐに活用できます！

### 1. 営業活動を取り巻く環境変化を理解する

- ・お客様／小売環境の変化と小売業の生き残り策
- ・本部主導から”店舗主導型”の顧客づくりへ
- ・デジタルメディアの強化とメーカーの対応

### 2. 提案ストーリーづくりのステップとチェックポイント

- ・採用確率を上げるポイントは”問題解決”に繋がるか？
- ・営業活動を3つのステップに分ける
  - ①【提案に必要な情報収集編】  
提案の切り口を見つけるための情報収集とは？
  - ②【分析と問題発見編】  
バイヤーが興味を持つ課題・目標設定か？
  - ③【解決手段編】  
実現可能で”やってみたい”と思わせられるか？

### 3. ストーリーを提案書に落とし込む

- ・バイヤーに受け入れてもらいやすいページ構成は？
- ・”インパクト”と”期待感”を持たせて、”シンプル”に
- ・提案書テンプレートの活用

【開催日】:2023年7月13日(木) 13:00~16:00

ZOOMウェビナー オンラインLive配信

【講師】:谷 雅之 マーケティング研究協会 顧問

【受講料】:29,700円(税込)

※複数テーマをご受講される方は、2 講座目より受講料を20%offさせていただきます

# POSデータ分析・活用 基礎基本編

## ●本セミナーのポイント

1. メーカー営業としてのデータへの向き合い方が理解できます
2. POSデータを見る際の簡単な3ステップを解説します
3. サンプルPOSデータを使って、実際に分析する個人ワークで体感できます

### 1. 小売業のデータ活用の現状・変化とメーカーへの期待

- ・POSデータ・会員カードデータ／棚割データなどの活用状況
- ・デジタルメディア化と技術進化でデータ活用は促進される
- ・メーカー・卸の営業担当者が「やってはいけない」データ分析って？

### 2. POSデータ分析の「基本ステップ①」:進める手順

- ・基本その1:データ活用の3ステップ  
1.事実を把握する → 2.見解を述べる → 3.アイデアを出す
- ・基本その2:「並べる」「分ける」「評価する」「深掘り」「対策を立てる」

### 3. POSデータ分析の「基本ステップ②」:問題を発見し、解決策を提案する

- ・POSデータを見る時は小売業の計画や戦略目標ありき
- ・売上＝客数×客単価を常に意識する
- ・販売数量÷客数(ヒト)という意識を持つ

#### 【ワークショップ】

- ・サンプル企業カテゴリーPOSデータの分析
- ・事実→要因分析→解決策の立案を体感する

【開催日】:2023年8月8日(火) 13:00~16:00  
ZOOMウェビナー オンラインLive配信  
【講師】:谷 雅之 マーケティング研究協会 顧問  
【受講料】:29,700円(税込)

※複数テーマをご受講される方は、2講座目より受講料を20%offさせていただきます



# 週別(日別)・店別データを有効活用する！ POSデータ分析・活用 実践編

## ●本セミナーのポイント

1. POSデータの活用シーンにあわせた超実践的な分析方法をお伝えします！
2. 活用しきれないことが多いデータ(日別・店別など)の使い方をお伝えします！
3. 使い方の幅が広がり、小売業からの信頼を得ることができます！

### 1. POSデータ活用をもう一歩前に進めるには？

- ・POS分析を半期に一度、棚割提案時に結果だけを集計しない
- ・結果を算出するだけでなく、要因・原因を特定する
- ・期中／施策実行中の進捗管理やリカバリーに活用するには？
- ・対策の選択肢や引き出しを増やす  
ex)店舗別・ターゲットとするお客様別etc…

### 2.【目的別】超実践的！活用方法

- 新製品など特定ブランド・商品のPOSを最大化する
  - ・店別・週別(日別)・月別・単品データを活用
  - ・目標と消化率を追い、店舗間のバラツキを是正するポイント
- 競合メーカーにインスタシェアで勝つ
  - ・販売ボリュームだけでなく、シェアを確認する
  - ・改善機会のあるところはどこか？
- 品揃え提案を強化する
  - ・市場ランクとの比較ではないクロスABC分析の指標を活用する
  - ・全店売上・配荷店数・店あたり売上にランクを付ける
  - ・取るべき対策に落とし込む

【開催日】:2023年9月7日(木) 13:00~16:00  
ZOOMウェビナー オンラインLive配信  
【講師】:谷 雅之 マーケティング研究協会 顧問  
【受講料】:29,700円(税込)

※複数テーマをご受講される方は、2講座目より受講料を20%offさせていただきます

# 商談前の理論武装に！ 売場理論の基礎知識

## ●本セミナーのポイント

1. 商談に活用できる、売場理論を解説します！
2. バイヤーに「なんでこの売場？」と言われた時の引き出しを増やします！
3. シーン別(定番棚割・プロモーション展開)に活用ポイントを解説します！

### 1. 小売業の最新動向と売場に対する意識

- ・店舗主導による顧客づくりがキーワードに
- ・オペレーションの変化とAI化・デジタル化の現状
- ・小売業は売場理論を数字に分解してマネジメントしている

### 2. これだけはおさえよう！棚割提案に必要な売場理論

- ・メーカーが知っておくべきインスタ・マーチャンダイジング理論
- ・ISMはバイヤーが感覚値で持っている売場理論
- ・定番棚割に重要な”スペースマネジメント”
  - ：売場レイアウトと客動線
    - 小売業が考えている売場のレイアウトの考え方
    - お客様はどのように回遊しているか
  - ：定番棚割とプロモーション
    - 定番売場に誘因し、選びやすくするには？

### 3. バイヤーの質問に売場・ISM理論で切り返す！

- ・「定番のどこにどうやって並べるべきなの？」
  - 商品配置を伝える時のポイント
- ・「なんでこのプロモーションなの？」
  - トライアル・リピートなどプロモーション目的を考える
  - 多面展開すべき理由はお客様の選び方から

【開催日】:2023年6月6日(火) 13:00~16:00  
ZOOMウェビナー オンラインLive配信  
【講師】:谷 雅之 マーケティング研究協会 顧問  
【受講料】:29,700円(税込)

※複数テーマをご受講される方は、2 講座目より受講料を20%offさせていただきます



# 売場理論を活用した カテゴリー提案

## -棚割・半期プロモーションの活性化-

### ●本セミナーのポイント

1. 売場理論のカテゴリー提案での活用方法をお伝えします！
2. カテゴリーリーダー視点の提案ポイントを解説します！
3. 半期提案と月次商談のPDCAサイクルを確認できます！

#### 1. ”カテゴリー提案”とはそもそも何か？

- ・半期に一度の提案における”カテゴリー提案”の位置づけ
- ・カテゴリーの成長戦略について  
定番棚割と半期のプロモーションをセットで提案する
- ・売上構造の分解と、お客様の購買行動をベースに考える

#### 2. 実践！”定番棚割”のカテゴリー提案

- ・共有目標と戦略数値を設定し、実績を評価できる状態にする
- ・グルーピング＝「商品分類体系作り」  
お客様から見た時に「似ているor近い」商品ごとに塊を作る
- ・ゾーニングとスペース配分  
「新製品」「高付加価値」「専門的」「リピート／トライアル率が高い」  
「ロングセラー」「数量シェアが高い」どこに何を配置すべきか
- ・フェーシング→発注単位・自動発注数量に要注意

#### 3. 実践！半期分のプロモーション提案

- ・”半期カレンダー”で育成計画を考える
- ・月別のブランド育成ストーリーに落とし込む

#### 4. 提案実現後のPDCAスケジュール

- ・月次／週次でPDCAを回す

【開催日】:2023年7月4日(火) 13:00～16:00  
ZOOMウェビナー オンラインLive配信  
【講師】:谷 雅之 マーケティング研究協会 顧問  
【受講料】:29,700円(税込)

※複数テーマをご受講される方は、2講座目より受講料を20%offさせていただきます

# 提案・商談で 市場データを活かそう

## ●本セミナーのポイント

1. バイヤー商談での市場データの有効活用のポイントを解説します！
2. 市場データの中身を説明するポイントをお伝えします！
3. サンプルの市場データを使って、活用方法を体感できます！

### 1. バイヤー商談で市場データを活用する意義とは何か？

- ・データを使わないと商談にならない現状
- ・バイヤーにとっての市場データの重要度
- ・提案書に「貼り付けているだけ」になっているのはなぜか？
- ・「他のメーカーから聞いたから大丈夫」と言われなかったために

### 2. 市場データを正しく活用する手順

- ・基本その1: データ活用の3ステップ  
1. 事実を把握する → 2. 見解を述べる → 3. アイデアを出す  
自社参入カテゴリーは成長している？それはどうして？さらにどうする？
- ・基本その2: 「並べる」「分ける」「比べる」「掘り下げる」
- ・生活者・消費者調査データを重ね合わせて要因を考える

### 3. サンプルデータで体感！市場データを語ってみよう

- ・サンプルデータを使って、市場を語る
- ・注目すべきサブカテゴリーはどこか？
- ・なぜ、そのようなデータ推移になっているのか？  
生活者動向から仮説を立てる
- ・市場データから、小売業が対策すべきことを伝える

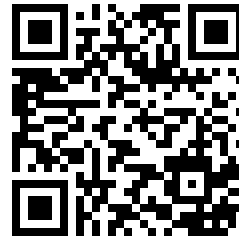
【開催日】: 2023年8月29日(火) 13:00~16:00

ZOOMウェビナー オンラインLive配信

【講師】: 谷 雅之 マーケティング研究協会 顧問

【受講料】: 29,700円(税込)

※複数テーマをご受講される方は、2講座目より受講料を20%offさせていただきます



	セミナータイトル	開催日時
①	お願い商談・商品紹介を “提案型”に変えよう	6月28日(水) 13:00~16:00
②	提案ストーリーの作り方	7月13日(木) 13:00~16:00
③	POSデータ分析・活用 基礎基本編	8月8日(火) 13:00~16:00
④	POSデータ分析・活用 実践編	9月7日(木) 13:00~16:00
⑤	売場理論の基礎知識	6月6日(火) 13:00~16:00
⑥	売場理論を活用したカテゴリー提案	7月4日(火) 13:00~16:00
⑦	提案・商談で 市場データを活かそう	8月29日(火) 13:00~16:00

【受講料】:各講座 29,700円(税込)

※複数テーマをご受講される方は、2講座目より受講料を20%offさせていただきます

#### ■受講に関して

- ・オフィスやご自宅のPC、タブレットなどからご受講いただけます
- ・配信はZoom(ウェビナーもしくはミーティング機能)を利用致します。
- ・申込後、開催前日までにオンラインセミナーの参加URLをメールにてお送り致します
- ・セミナー中は、受講される方の映像は各参加者・講師・事務局には共有されません
- ・セミナーで使用するテキスト・資料は、お申込みの際にご登録いただく資料送付先住所に「紙媒体」にてご送付いたします
- ・お申込み期限を設けております。お早めにお申し込みください
- ・掲載されている受講料はおひとりあたりの料金となります。1申込みで複数名で受講頂くことは出来ません

#### ■お支払いに関して

- ・お申込みが確認できましたら、御請求書をメールにて送付致します。・受講料はセミナー開催前日までに銀行振込にてお支払いください

#### ■キャンセル規定

- ・開催日の1週間前を目安に弊社よりテキストを郵送致します。それ以降のキャンセルは受付出来ませんので、予めご了承ください  
ご都合が悪くなられた場合は、代理の方がご受講くださるようお願い致します

#### ■その他

- ・セミナー開催時の録音・撮影はご遠慮ください
  - ・セミナープログラムは一部変更となる場合がございます
  - ・業種によってはお申込みをお断りする場合がございます。ご了承ください
  - ・本DMIは直接取得した情報以外に公開された個人情報を取得・利用して送付しております。
  - ・その他「個人情報の取り扱い」については弊社ホームページをご覧ください。
- 株式会社マーケティング研究協会 プライバシーマーク担当取締役