

8.【Ⅱ-16】都市ガス機器販売による増客・増販研修

～都市ガスの機器販売で新たな増客活動にチャレンジする！～ 『都市ガス機器販売による増客・増販研修』 －研修プログラム－

★研修概要

研修のねらい	「ガス供給だけにこだわっていたら時代に取り残される！」これは物販強化だけの話ではなく、新規獲得にも言えることです。現に先進的なガス会社は、都市ガス機器の販売をきっかけに新規客を増やしています。当研修では都市ガス機器販売による増客と増販を現実のものとするのをねらいとしています。
研修の期待される効果	・まずは具体的な計画の明確化により、実践すべきことが理解しやすいといえます。 ・都市ガス機器販売のトライアルを通じて、実績に結びつけるための課題が明確になります。 ・仕組みづくりを意識した研修ですので、研修後の定着が期待できます。
研修の特徴	・地図情報システム等を活用し、有効な重点地区を選定できるようにしています。 ・チラシ等のツール作成など具体的な内容を盛り込んでいます。 ・取組み発表、意見交換などを通じて、相互啓発にも力点を入れています。

日数	3回コース	対象	営業責任者	講師	当社講師
時間	6時間程度×3回	人数	20人程度まで	会場形式	スタートはコの字型
進行形式	講義、グループワーク、個人ワーク、取組み報告				

都市ガス機器販売による増客・増販研修カリキュラム

回	研修内容	研修ワーク 他
第1回	1.なぜ、都市ガス機器販売なのか？ 1)ガス供給客だけにこだわってはい時代から取り残される 2)都市ガス機器の販売をきっかけに、新たなる増客にチャレンジする 3)都市ガス機器販売ならば競争力があり、成果を出せば収益にもつながる 2. 都市ガス機器販売でまず取り組むべきことは？ 1)自社としての攻略すべき重点地区(ターゲット)を明確にする 2)自社のアピールポイント(業務・サービス等)と重点機器をツール化する 3. 都市ガス機器の販売活動・販売計画を明確にする 1)販売活動では告知活動、巡回活動、催事活動等の取組みとスケジュール化を図る 2)販売計画では重点機器別の価格、実販台数等を確定する	【研修ワーク】 ●自社の重点地区の検討(個人ワーク) ●自社のアピールポイントと重点機器の検討(個人ワーク) ●チラシ等のツールの検討(個人ワーク) ●販売活動・販売計画の概要案の作成(個人ワーク) 【重点課題】 ●以上の研修ワークを次回研修までに完成
第2回	1.第1回研修の重点課題の報告と意見交換 1)参加者から重点課題の発表 2)重点課題に関する意見交換 2.重点課題のブラッシュアップを図る 1)重点地区に関するブラッシュアップ 2)自社のアピールポイントと重点機器に関するブラッシュアップ 3)チラシ等のツール原案に関するブラッシュアップ 4)販売活動・販売計画に関するブラッシュアップ 3. 第2回研修のまとめ ●都市ガス機器販売トライアルの留意点 他	【研修ワーク】 ●重点課題の発表(全員) ●重点課題の意見交換(グループワーク) ●重点課題のブラッシュアップ(個人ワーク) 【重点課題】 ●都市ガス機器販売のトライアル
第3回	1. 都市ガス機器販売のトライアルの報告と意見交換 1)参加者から都市ガス機器販売トライアルの発表 2)都市ガス機器トライアルの意見交換 2. 都市ガス機器販売トライアルの課題と課題解決の検討 1)告知活動に関しての課題と課題解決の検討 2)巡回活動に関しての課題と課題解決の検討 3)催事活動、その他に関しての課題と課題解決の検討 3.研修のまとめ ●都市ガス機器販売の定着・充実に向けて	【研修ワーク】 ●都市ガス機器販売トライアルの発表(全員) ●都市ガス機器販売トライアルの意見交換(グループワーク) ●都市ガス機器販売トライアルの課題解決の検討(グループワーク・個人ワーク) 【重点課題】 ●都市ガス機器販売の定着・充実

