

『～直売社員の強みを最大限に活かした～新規客獲得研修』

～新規客獲得を無理なく倍増させる！～ 『～直売社員の強みを最大限に活かした～新規客獲得研修』 －研修プログラム－

★研修概要

研修のねらい

LPガス業界はガス料金問題がマスコミで大々的に取り上げられるなど顧客争奪戦はいっそう激しくなる様相を呈しています。そして「ブローカーには太刀打ちできない…」とのんびりしたことは言っていない状況とも言えます。

そこで今回は新規獲得力のある人財養成をテーマに、直売社員の強みを最大限に発揮し、新規獲得が倍増できる研修をご提案します。直売社員の強みの主なものは以下の4つで、この強みはブローカーを排除できる武器とも言えます。

- ①得意客の存在⇒得意客を中心とした紹介依頼強化による新規獲得増
- ②多彩な顧客接点⇒いろいろな業務機会という接点を活用した紹介促進による新規獲得増
- ③物販の提案力⇒ガス外商品販売による新規獲得増
- ④担当地域の熟知⇒地域の有力ターゲットの発掘&攻略による新規獲得増 他

なお、コロナ禍が流動的なためオンライン研修の対応も可能な研修企画となっております。

★開催要綱

★オンライン研修、集合&オンラインミックス研修も対応可！

回数	4回(オンライン研修も同様)	対象	直売担当者、直売責任者	講師	当社講師
時間	4時間(オンライン研修も同様)	人数	1 2 名まで	開催形式	集合研修(又はオンライン研修)
進行形式	講義、グループワーク				

『新規客獲得研修カリキュラム』

～新規客獲得を無理なく倍増させる！～

『直売社員の強みを最大限に活かした“新規客獲得”研修カリキュラム』

回	研修カリキュラム			
第1回研修 (シナリオづくり編)	1. 直売社員の強みを最大限に活かせば新規獲得は倍増できる 1)直売社員の強みを活かした新規獲得とは？(強み⇒得意客の存在、多彩な顧客接点、物販の提案力、担当地域を熟知・・・) 2)直売社員として改めて顧客との信頼関係づくりの重要性を再認識する 3)4つの新規獲得の効果的・効率的な取組みで新規獲得数は倍増できる		2. 4つの新規獲得のシナリオ(方針×目標×活動)づくり 1)紹介による新規獲得のシナリオ(方針×目標×活動等)づくり 2)AP オーナー等を対象とした新規獲得のシナリオ(方針×目標×活動等)づくり 3)ガス外商品による新規獲得のシナリオ(方針×目標×活動等)づくり 4)巡回による新規獲得のシナリオ(方針×目標×活動等)づくり	
【4つの新規獲得の区分】	1. 紹介による新規獲得	2. AP オーナー、不動産・管理会社等を対象とした新規獲得	3. ガス外商品による新規獲得	4. 巡回による新規獲得
第2回研修 (実践編①)	■得意客の紹介依頼の強化 ・得意客アタックの優先順位の明確化 ・紹介企画を有効に活用する 他 ★グループワーク⇒新規獲得の壁は何か？この壁をどう打ち破るか？	■AP オーナーからの新規獲得 ・AP オーナーの実態を把握する ・AP オーナー3つの情報源を活用する	■ガス外商品による新規獲得 ・ガス機器によるアプローチ ・住設リフォーム、家電等によるアプローチ ★グループワーク⇒初対面の方に対する有効なコミュニケーション方法は？	
第3回研修 (実践編②)	★1と2の受講者の取組みの振り返り(成果・課題を検証する) ■接客客の紹介依頼の強化 ・日常業務を最大限活用した紹介依頼 ・サービスをきっかけとした紹介依頼他	■不動産・管理会社等からの新規獲得 ・まずは取引実態を分析する ・優良先に定期訪問を継続する		
第4回研修 (実践編③)	☆成果発表会① ・受講者の1と2の取組み成果と課題の発表(質疑応答含む)		☆成果発表会② ・受講者の3と4の取組みの成果と課題の発表(質疑応答含む)	
■4つの新規獲得目標必達のための強化シナリオづくり				