

CAP のコンサルティング

打ち合わせが楽しい、夢踊るショールームを作りたい

リピーターが増える大人気の展示場をオープンさせたい

現場説明会の人呼び方、その企画と立案、成功法

営業リーダーはどう部下に対すべきか、掌握力のつけ方

女性の才能を発揮させて業績アップに貢献させるには

新入社員を1年で一人前にするには

売れる分譲地計画、その企画・販売方法

お客様のニーズに応える新商品の開発

オーナー紹介による成約を増やす営業パターンへの変革

紹介成約が増える、会社のファン作りのノウハウ

重点エリアの設定とシェアの拡大、戦略

販売力を上げる全員営業体制の構築

営業のモチベーションアップ施策

ゲーム感覚を取り入れて楽しみながら業績アップするには

これからは女性の時代、女性営業の育成と方法

俺たちだってこれからだ、ベテラン社員の活性化

モデルハウス来場者の成約を2倍に伸ばす対応法

奥様から支持される新営業折衝法とは

社員の経営意識の向上で売り上げを伸ばす

やる気を喚起する社員教育

組織を元気にする秘訣、その具体策

ムリ、ムダ、ムラを無くして業務改善をしたい

お客様の満足度を上げてリピーターを増やすには

E・Sの充実、業績の上がる環境整備

時間管理、メリハリのついた効率営業とは

設計同行、建築同行、アフター同行、上司同行その成功法

クレームはチャンスだ、その対応と心構え

売れない社員が売れてくる、ボトムアップ活性化

お客様へのパートナー営業の推進

経営責任、市場責任、管理職としてどう指導するか・・・など

C A Pの研修プログラム

C A Pは数々の成功体験からこんな研修メニューをご用意しております。

1、新入社員研修(新人営業・中途新入社員)

知識がない、経験も乏しい・・・少子化の中で大切に育てられてきた、苦労や辛さも味わった事のない新人たち。親から叱られた事もない人たちがほとんど・・・。そんな彼等を一人前にどう育てプロの営業マン・ウーマンに育てていったらよいのか。決して彼等は売れないわけではありません。新人たちの先輩に勝る財産・武器とは何なのか？新人たちを1年目からトップ営業マンに変身させた講師がその貴重な実体験をもとに1年目から戦力となる新人の育成法を伝授いたします。あわせて新人としての礼儀作法・マナーをも組み込みます。

2、若手社員研修(2～5年次社員)

新人類と評される若手社員たち。3年以内に会社を去っていく社員も多いのが現状です。新人時代から会社が彼等に経費をかけて育てようとしても水の泡なんてこともしばしば・・・。義理人情が通用しない、叱咤激励もままならない世代層をどう指導すべきか？講師の成功体験を礎に彼等へのモチベーションアップを考えます。

3、中堅営業社員研修(6年次～15年次)

会社の求める業績に応えていくべき中堅社員たち。この層が実績を残すか否かが事業所の明暗を分けるといって過言ではありません。いかに彼等の潜在能力を發揮させるか、一人ひとりの性格分析をしたうえで、眠っている能力の掘り起こし・新たなる自己発見を目的としていきます。

4、ベテラン社員活性化研修(16年次～)

40代、人生の一番の働き盛りの人たち。もしくは50を過ぎて守りに入ってしまう人もいます。日本の年金システムも少子・高齢化の影響で将来の生活不安はついてまわります。

す。時代の変化を知り、認知し、柔軟性を持って事にあたる必要があります。ともすれば守りに入って自己の成長を求めないという人も見られがち。男性78歳、女性85歳、世界一の長寿国日本の中で豊かな老後生活の為にもまだまだ頑張りたい人たちの研修です。

5、店長、マネージャー、リーダー研修

主にプレイング・マネージャー中心の研修です。幾人かの部下を持ち、彼等を指導、管理しながらも育成の義務を持ち、自らも数字を期待されている人たち。この人たちの行動、活躍いかんが事業所の業績を決めるといいでしょう。最小単位の組織ではあれ事業所の核でもあります。講師のプレイング・マネージャーとして10年、戸建住宅受注全国一の店をつくった経験は生きています。部下への個別指導、店としての戦略、業績数字の作り方を具体的、現実的にアドバイスいたします。

6、女性社員研修(事務系女性社員・・・)

女性の時代の到来といわれても、まだまだ男性中心世界なのが日本の企業の実態です。現実に大卒の女性の就職戦線はいまだ厳しいものです。そんななかで入社した狭き門をくぐりぬけてきた彼女たちは素晴らしい能力を持っているのも事実……。その様な彼女等の能力を眠らせておく事はとても残念な事。彼女たちもまた自分たちの能力が発揮できる高きレベルの仕事を望んでいるのです。女性の活躍で事業所活性化に大成功した講師が輝く女性社員づくりをアドバイスいたします。

7、技術系社員研修(設計・現場)

営業マン・ウーマンだけが営業する時代は終わりました。組織上げてお客様とコミュニケーションする時代です。とくに設計マン・現場マンはお客様とよく顔を合わせる担当部署でもあります。スペシャリストとしての対応だけでなく今、求められるのはオールマイティな能力でもあります。全員営業の時代、技術系社員も営業能力を身につけておくことはきわめて重要な事であるといえましょう。とかく技術担当者が忘れがち、意識することのない部分を検証し実践でお客様への対応を学んでいきます。

8、内務社員研修

意外かもしれませんが、内務の人たちが御客様の方向を向いているか否か、とても大切なことです。お客様からの電話、突然の来訪、お客様は全社員を見つめています。当然、社員はみんなお客様から給料を頂いている訳で、感謝の気持ちを持ってお客様に対応したいものです。様々なマナーや、基本的営業手法を学びます。

9、職人研修

お客様は建築現場によくいかれます。当然と言えば当然の話。そんなとき出会うのは職人さんたち。御客様の眼には現場で作業する一人ひとりにいたるまで自分が建築を依頼した会社の人間に映ります。お客様への挨拶に始まる礼儀作法、職人さんまでがお客様のほうを見ている会社になれば組織は強いもの。組織の輪が広がっていきます。

10、幹部社員研修

いうまでもなく会社を代表する幹部社員。お客様だけでなく社員もまた幹部の一挙一動を見ています。部下の一人ひとりに適切な指示や指導をするためにも時代を直視する姿勢、明日を見つめる鋭い洞察力が必要といえます。他メーカーはどんな動きをしているのか、お客様は何を求めているのか、意外に幹部社員が解っていないことって多いものです。現在、柔軟な発想こそ幹部に求められています。部下への厳しさと優しさ双方をもつての叱咤激励、適切で明確な指導の為にも積極的な受講をお薦めします。

11、工事店研修(ハウス会)

社員とは言わずとも工事店さんたちは準社員といっていい存在。会社と共存共栄の関係にある彼等には様々な協力をお願いしたいところ。例えば見込み客であるお客様の紹介、例えば現場見学会のお手伝い、例えばチラシ配りなど…。その為には会社や事業所への理解が必要です。工事店さんたちへの意識改革の場とお考え下さい。

12、顧客満足研修(CS研修・CD研修)

御客様の満足こそ企業の希求するところであり社会的使命であるといえます。顧客の満足を得る為にはどのような形でお客様と接し、契約したらよいのか、また契約後のお付き合いは？建築中は？引渡し後は？クレームとの相関関係も学びながら御客様の喜びを追及します。トップ営業社員は、お客様からの紹介で契約を結んでいるケースがほとんど。お客様はいつどんな時に営業に対して紹介をしたくなるのか、積水ハウス時代、CSで全国NO1支店長となった講師が顧客心理も探りながら顧客満足を高める勉強をしていきます。

13、基本行動実践研修

砂上の楼閣という言葉があります。基本がしっかりしている人は営業の軸がぶれませんから堅実な結果が出てきます。業績の上がない時には基本に帰ることが原則です。スランプになった時も基本に忠実かどうかのチェックが必要です。基本行動は人によっても千差万別。個人のレベルに合わせて基本行動を検証し、結果を出す為のプロセスを考えていきます。

14、営業活性化研修(ボトムアップ研修)

従来言われていた2:6:2の法則が崩れ2:4:4に近い状況です。生産性の低い社員が増えてきています。生産性の低い社員は、ダメ社員、0社員などと呼ばれていますが、この研修ではそんな彼等への呼称を吹き飛ばします。ちょっとした工夫、努力、行動で彼等が変わってきます。モチベーションが高くなることによって、意識が変わり、行動量が増え、結果が出てくるようになってきます。このところ結果が出ていない社員はどうか参加してみてください。自分を見つめ直すいいチャンスです。自分を再発見して新しい自分を創造する為にも。

15、現場見学会研修

21年前『住まいの参観日』を仲間と一緒に立ち上げた講師の最も得意の研修のメニューの一つです。多摩支店時代、2日間の現場説明会で3700組の来場を呼んだ実績、岡崎支店時代、55人の営業、一人一現場で55現場の見学会を催し来場からの契約全国一位。女性社員だけで実行した現場見学会の大成功例、設計社員・現場社員だけの現場見学会。工事店で実行する見学会。大学時代広告研究会出身の講師のチ

ラシの作り方から現場の盛り上げ方、接客方法、催しなど…また、見込み客のランクアップも学習します。受講して必ず得するメニューです。

16、展示場対応勉強会

ほとんどのメーカーの営業にとって住宅展示場はお客様との初めての出会いの場。お客様の立場に立って、どんな営業が喜ばれ、好まれお客様から選ばれるのかを検証していきます。営業はとにかく自分の持っている知識を話したくなるもの…だが果たしてそれがお客様の心を捉えるのかは別。顧客心理を探る事で展示場接客の秘訣が見えてきます。展示場対応は何よりも展示場を愛する事も大切。世間話や、自己プロフィール、お客様への関心・興味・理解。第一印象の大切さ…。接客の中にポイントが豊富にあります。お客様へのお役立ち営業となる為に欠かせないエッセンスを講義します。

17、モチベーションアップ研修

ポジティブとネガティブ、プラス思考とマイナス思考、人間の行動は気持ちに支配されます。これはやる気のある人をつくる研修です。というか眠っている本人のやる気を覚醒させる勉強会です。この研修では受講生一人ひとりの個性を重視しながら自己変革を実行していきます。自分を見つめ、自分を知り、新しい自分への脱皮の旅と考える頂ければと思います。元気で魅力のある自分自身を創造しましょう。

18、リフォーム社員研修

このところ脚光を浴びるリフォーム事業。あらゆる会社がリフォーム事業に積極的に取り組みつづけています。そんな中で一味違った営業を模索していきます。コストの面では一戸建てとは大きな差がありますが、その割りにリフォーム営業は時間や手間がかかるのも事実…。戸建営業が苦手だった人もリフォーム営業ではトップ営業になる、そんな勉強会と捉えてください。気楽な気持ちで受講される事を希望します。

19、組織営業(全員営業)研修

組織と集団とは違います。組織とはそこに存在する仲間が一体感を持ち相互援助をしながら同じ目的のもとに結束し必達に向けて動いていこうとする団体の事。組織は生き物です。日々いろんな動きをしながらその形を変えていきます。組織の中でのコミ

コミュニケーション作り、各セクション毎の意見交換の中から、組織の円滑な動き、方向性を見出します。自分たちの組織を御客様の視点で捉えた場合に、自分たちの会社はどんなイメージとしてお客様に映っているのか。CS、ESを考えながら組織の結束強化で業績アップをめざします。

20、競合対策学習会

私たちの仕事において他社との競合は避けて通ることは出来ません。他社を知る事は自社の戦略にも大いに大切であり必要な事。事例をあげて、勝利の成功例、敗北の失敗例などで学習すると共に、知識の結集での理論武装を図ります。講師の知識、知恵も参考になる点多々です。

21、紹介受注促進勉強会

住宅は本来、地縁、血縁関係で工務店・大工さんに委託して建てられていたもの。紹介受注こそ住宅営業の本来あるべき形といえます。会社によっては店長やリーダーになると、立場上、展示場来場者は自分が営業担当しないという現実もあります。つまりは展示場来場者の名簿は部下に渡して自分は経験を生かして、今までお世話したお客様の紹介から契約を取っていくというもの。住宅着工戸数がますます減少していく現実の中でOB客を自分のシンパにしていく事は重要であり、まずはその意識を身につける研修です。また、OB客のみならず、不動産屋、金融機関、税理士、JA、知人、友人など様々なアンテナ＝紹介ルート作りについても学びます。

22、地域密着勉強会

自分たちの置かれているエリア、意外に認識されていないのが現実です。効率営業を実行していく為にもエリアのマーケティングをしっかりと、その土地の人になることが必要です。地域密着して営業活動をしていく為にはどう動くのか・・・そのノウハウを伝授します。地域の名士となって営業していくパターンへの方向転換をしましょう。

23、仕事のゲーム化実践研修

もっと楽しく仕事に取り組みながらそれでいて実績が上がらないものだろうか・・・？出

来ます。仕事をゲームにしてしまうやり方があります。モチーフはいろいろ・・・野球・オリンピック・サッカー・相撲・K1・プロレス・はては戦国時代・西部劇・・・など。営業だけでなく社員全員をゲームの中に巻き込んでいきます。ゲームを楽しむ感覚で仕事にチャレンジできます。勿論業績アップへの近道にもなります。ゲーム感覚で仕事を楽しみながら業績アップできるなんて最高ですよ。

24、経営勉強会

社員一人ひとりが経営意識を持ってことにあたればもっと利益が追求できる筈。この勉強会は幹部の経営意識の向上を目的とします。講師は積水ハウスの110の事業所の中で営業利益第1位、目標利益達成率第1位を取得しました。経営とは・・・単に経費を節約すればというものでなく、もっと有効に金を使っていくという事。業績をあげる為の上手な資金の使い方の勉強会と解釈して頂いても結構です。

25、業務改善研修

ムリ・ムダ・ムラをなくし健全な、かつ効率的な業務の遂行を推進していく研修です。今の業務の流れを透徹した眼で見つめ改善します。多摩支店長時代、徹底した業務改善で脚光を浴びたノウハウを研修に生かします。ユーザーの視点をものさしとして考えます。従って顧客満足にも通じる場所があります。

26、コーチング研修

最近特に企業の中でコーチングが取り入れられています。命令型マネジメントから質問型マネジメントへ。無限の可能性を秘めていると思われる社員の能力を遺憾なく発揮せんが為にコーチングで会社の活性化をはかろうではありませんか。「自ら考え自ら学びそして自ら行動する」主体性を持った社員育成の為の研修です。

上記に上げた研修を基本として考えていますがその他、貴社の状況、現状に対応した様々な形での研修メニューが用意できます。お気軽にご相談下さい。是非とも業績アップで喜びを全員で分かち合いたいものです。

他によく実行する研修として

* 全社員研修・営業所研修・営業研修などの全体研修はポピュラーです。