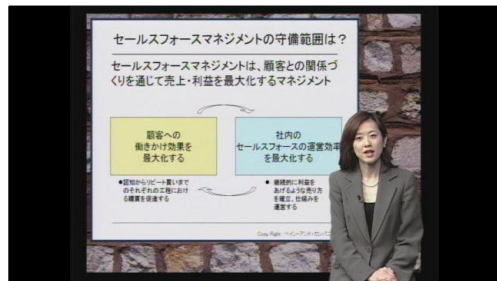


SFM講座

ビジネス・ブレイクスルー大学大学院 教授（非常勤）
慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科 特任教授 須藤 実和



実学習時間

5h

難易度

★★

受講料

¥30,800

税込

学習目標と狙い

SFMの全体像と重要なキーポイントを理解する。SFM検討時のステップと各々のステップごとに決めなければいけないことについて学ぶ。ITを活用した営業支援（SFA：セールス・フォース・オートメーション）やCRMと言う概念を取り入れる時のポイントについても学ぶ。

新入社 **すべての階層で共通するコンピテンシー** (ビジネス環境理解) 経営職



学習プログラム

PDU

5

- 第1回 SFMとは
- 第2回 誰を狙うか？
- 第3-4回 どのようなアプローチで攻めるのか
- 第5回 誰がアプローチすべきか？
- 第6-7回 どのくらい効率よくやるか
- 第8回 SFMの発展の方向性
- 第9-18回 演習問題／模範解答

【概要】

SFM（セールス・フォース・マネジメント）とは、顧客との関係作りを通して、売上・利益の最大化を図るマネジメントです。言い換えると、どのお客様に、誰が、どのようにアプローチをするかを決め、さらにその営業活動をどのように支援するかを工夫することです。

本講座では、SFMの全体像と重要なキーポイントを理解し、SFMを検討するときのステップと各々のステップごとに何をどのようにして決めなければいけないか、について具体例を使いながら学びます。また、ITを活用した営業支援（SFA：セールス・フォース・オートメーション）やCRMと言う概念を取り入れる時のポイントについても学びます。

受講期間

2ヶ月

講義

18回(平均17分)

理解度テスト

あり (5回)

演習

なし

チャメール

あり

修了証

あり

修了アンケート

なし

制作年

2007

10803