

講演依頼.com 研修サービス 概要



講演依頼.comは、約2万件の講演実績から企業様の課題や問題解決を研修・コンサルティングの面からもサポートさせていただいております。

講演依頼.comには、講演会社だからできるサービスと実績があります。

- ◇講演か研修か迷っている。
- ◇実績を残した経営者に研修をお願いしたい。
- ◇スポーツ選手のトップに立つためのスキルを社員に研修として学ばせたい。
- ◇販売促進の一環として、販売協力店の営業パーソンの研修をしたい。
- ◇ミステリーショッパー、店舗実習を含めた販売員の研修をしたい。

様々なケースに合わせて、研修プランを企業様ごとにご提案させていただいております。

◆サービスの特長

1 講演依頼.comの研修は、講演会社だからできる 1回の研修効果を **最大に引き出す仕組み** があります

60～90分という短い時間でエッセンスを伝える講演をのべ17,000件実施した実績から、いかに受講者への影響を高めるかというノウハウが講演依頼.comにはあります。そのノウハウをもとに、講師紹介、研修プログラムの作成を行っています。それだけではなく、継続的に実践してもらえるようなツールや仕組みのご提案も合わせ、「わかる」を「できる」に変え、伸び続けられる成長スパイラルに導きます。

2 その時の課題に合わせた「**オリジナルプログラム**」で より課題に的確なアプローチが可能です

決まった内容の研修プログラムをそのまま実施するのではなく、講師のリソースを活かしながら弊社の研修コーディネーターと一緒に御社の課題に合わせたプログラムを都度作成します。そうすることで、御社の社員に一番届きやすいアプローチ方法で、実践しやすい仕組みを築ことができ、持続性のある研修にできます。プログラムをご紹介するだけ、講師を紹介するだけではない、弊社の研修コーディネーターのノウハウ自体も研修を成功させるためのコンテンツです。

3 講演と研修の両方の要素を組み合わせたプログラムで、 研修受講後の取り組み継続への **アクションが持続!**

講演依頼.comでは、講演のメリットと研修のメリット両方をバランスよくご提供できるオリジナルプログラムがございます。

＜オリジナルプログラム例＞

- ・アスリート講師の研修プログラム
- ・著名人の研修プログラム
- ・販売促進のための販売力、営業力アップ研修プラン
- ・総合力アップ! 店長研修プラン
- ・ワークライフバランスを進めるキャリアとタイムマネジメント研修

◆講演・研修それぞれのメリット

【講演のメリット】

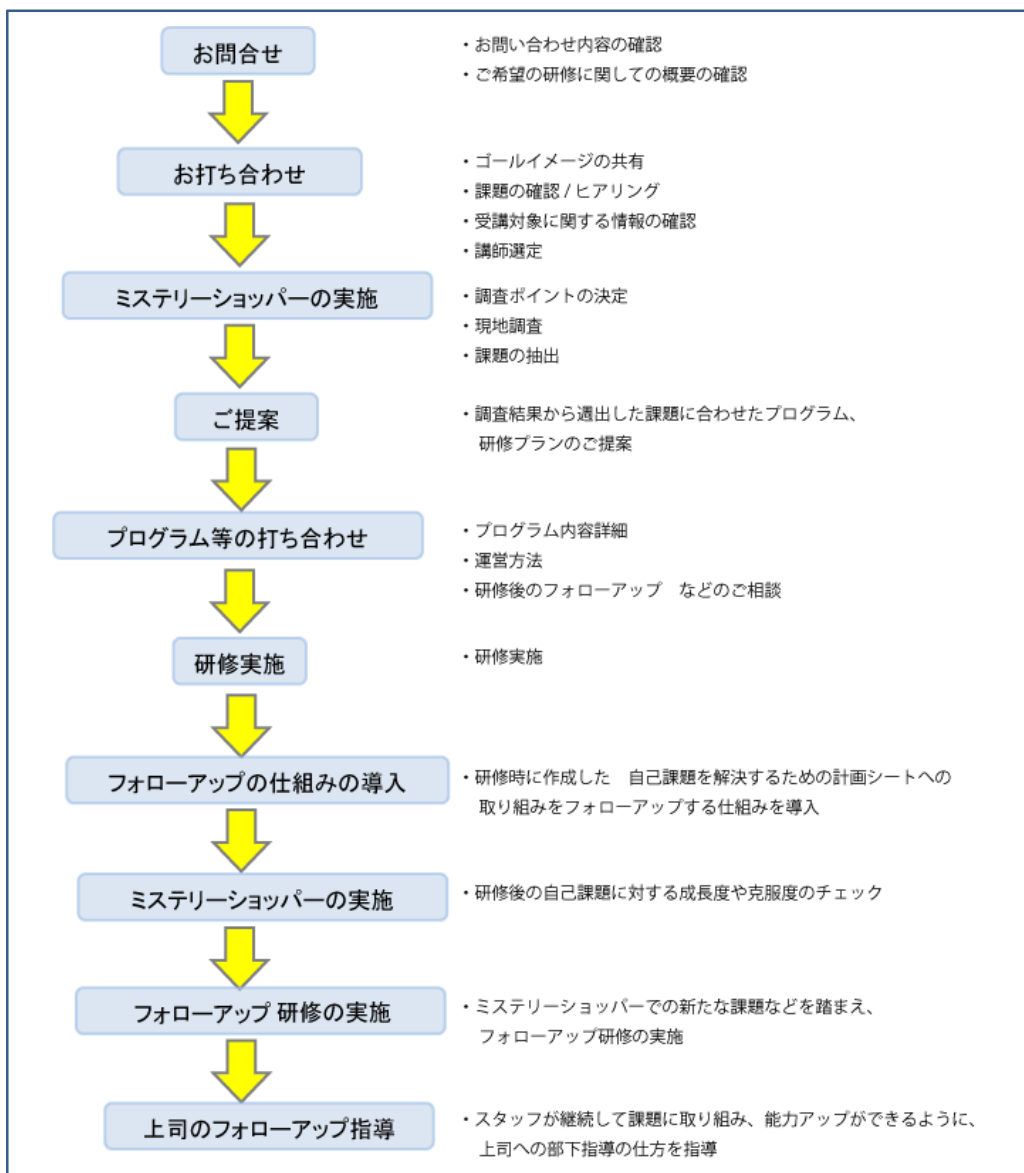
- ・普段会えない人(著名人、大手企業の社長など)からなかなか聞けないメッセージ(ノウハウ)を聴くことができる。
- ・カリスマ性のある人の話は、インパクトが強く、聴く人に影響を及ぼしやすい。
- ・心に残りやすい。

【研修のメリット】

- ・実践的な内容で、トレーニングを行うのでノウハウが身に付きやすい。
- ・企業の課題に合わせて、ピンポイントでプログラムを作成できる。
⇒課題にフォーカスすることで結果が出やすい。
- ・再現性の高いノウハウを学ぶことができる。

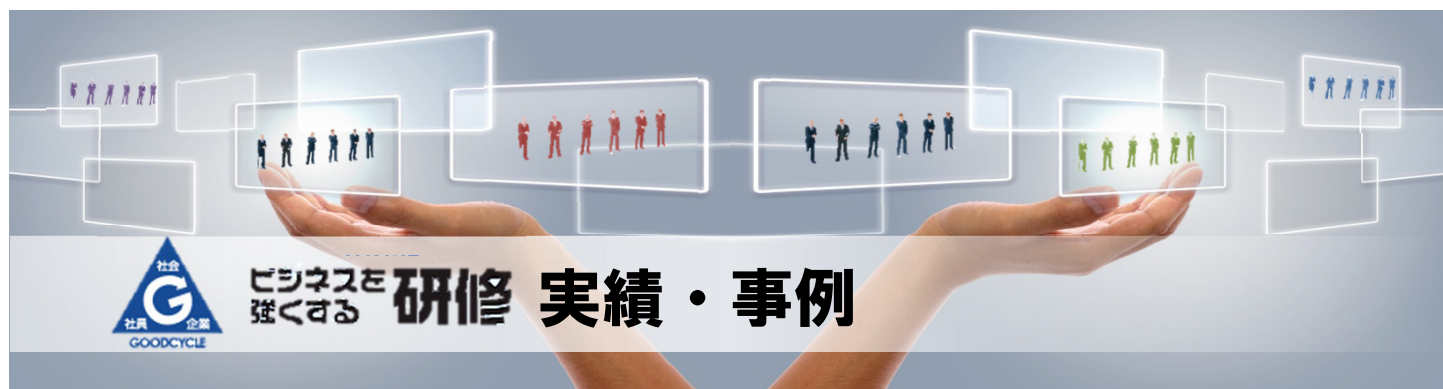
◆ご提案の流れ

事例) インテリア会社様 店舗スタッフの販売力アップ研修の流れ



講演依頼.comの研修サービスでは、課題に合わせた講師のご提案(講演)、プログラムのご提案(研修)だけではなく、他にも

- ・人材育成に力を入れたいが、何から取り組んだらいいか悩んでいる
 - ・売上が伸びない原因が何かわからない
 - ・講演と研修(トレーニング)の両方をうまく組み合わせたい
 - ・研修後のフォローアップがうまくいかないので、合わせて提案してほしい
- など、広く人材育成の課題の解決策をご提案いたします。



－講演会社だからこそできる“心をつかむ”研修－

講演依頼.comは、さまざまな団体様で約2万件の講演会講師紹介の実績があります。(2014.9.1現在)
講演には、いかに多くの**聴講者を惹きつけ、心に影響を及ぼすか**ということが、評価の大きな指標となります。
その実績を活かし、企業様の課題や問題解決を研修・コンサルティングの面からもお手伝いさせていただきます。

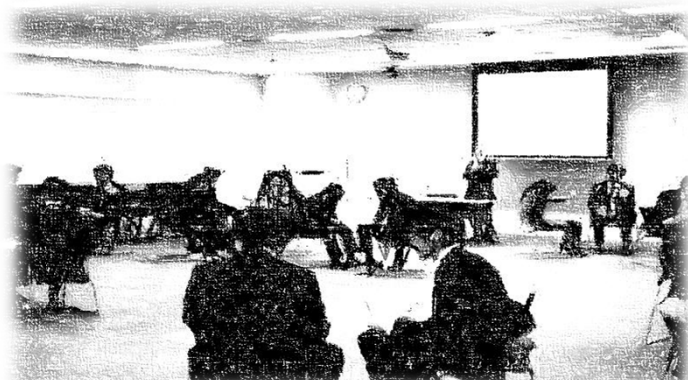
講演依頼.comが選ばれる理由は、講演会で多くの聴講者の「**心をつかむノウハウ**」をもとにし、実績豊富な研修講師、文化人、スポーツ選手とのコラボレーションにより可能になった興味・効果を高めるプログラムのご提案にあります。

受講いただく社員様が**少しでも能動的に研修に参加いただき、スキルを習慣化できるようになる**ために、講演依頼.comがビジネスを強くする研修でお手伝いさせていただいた、実績・事例をご紹介します。

研修実績

大同生命保険株式会社、太陽生命保険内務員組合、福岡空港ビルディング株式会社、中外製薬、東京地下鉄株式会社、一般社団法人 日本自動車連盟本部、日本アイ・ビー・エム株式会社、中央石油販売株式会社、株式会社 グラフティ、千葉県救急医療センター、株式会社パック・エックス、株式会社NTTドコモ 東海支社、Thinkparkplaza 大崎、大阪HEPFIVE、東朋テクノロジー株式会社、昭和大学病院、浦河赤十字病院看護部交友会、東京ガス株式会社、シンジェンタジャパン株式会社、新明和工業(株)、メモリアルサポートネット絆、トステム労働組合、秋田銀行職員組合、宮崎市役所、JR東日本旅客鉄道

他、大手生命保険会社、大手証券会社、大手化粧品メーカー、私鉄道会社、大手製鉄会社、全国市役所、マンションインテリア販売会社、グローバルコンタクトメーカー、青年会議所、大手百貨店 など多数。
(順不同、敬称略)



研修導入事例①

販売促進目的の代理店販売員研修「お客様にピタッとくるご提案を！」

【研修】グローバルコンタクトレンズメーカー様

■主旨・目的

数あるコンタクトレンズの中で自社の商品をより販売してもらうために、販売促進の一環として、販売代理店の店舗販売員の方向けに販売スキルの向上研修をご提供する。

■課題

コンタクトを使用する際の眼の悩み(乾燥や異物感)は、当たり前だと思って悩みだと意識しない場合が多い。そのため販売スタッフから積極的にお声掛けが必要だが、なかなか聞き出すことができない。お客様ご自身がおっしゃらなくても、悩みやご要望を聴き出し、また年齢や男女などお客様に合わせた「お客様の眼のお悩みにあったレンズの提案方法」を学んでいただきたい。

講演依頼.comからのご提案プログラム

- 1 現場の課題を正しく見つけ出す講師による店舗のミステリーショッパー
- 2 ミステリーショッパーの結果に基づいたオリジナル研修プログラム
- 3 販売代理店の店長、メーカー営業担当によるフォローアップのレクチャー

■担当講師



大野洋子 (office インプレッション 代表)

早稲田大学法学部卒業。

日本航空(株)国際線客室乗務員、及び国際旅客部旅客サービス課勤務。

数々のVIPを担当する。

退社後は、モナコ王国グレース王妃など著名人を輩出しているJohn Robert Powers School(本校米国ボストン)にてPersonal Growth、Manners、Communicationsを学ぶ。

その後、日本校開設準備に携わり、同校講師及びディレクレス。

また日本では数少ない、イメージコンサルタントとカラーアナリストの米国資格を取得。

その後も毎年、米国での、コミュニケーションに関するセミナーやワークショップに参加。

コーチング、NLP理論、交流分析などを実践的に学ぶ。

航空会社での接客経験、アメリカで学んだコミュニケーションのノウハウ、企業における豊富な人材育成経験を基に、コミュニケーションアドバイザーとして、講演・研修活動を多くの企業、医療機関などで行なっている。

■主な講演テーマ

「顧客満足度アップのサービスとは」

「CS向上のグッドサイクル」

「ピタッとくるご提案のための販売力向上研修」

「あなたが変わる、オフィスが変わる”コーチングコミュニケーション” 〜いまどきの部下の育て方」

「コミュニケーション能力に磨きをかけて」

「マネージャー養成プログラム」

研修導入事例①

■実施プログラム

(1) ミステリーショッパー調査

研修を担当する講師により、指定店舗をミステリーショッパー調査し、現状の問題・課題点を確認。調査結果と主催の目指すゴールイメージを踏まえて、オリジナルプログラムを作成。

(2) 研修実施

<実施プログラム詳細>

内容	詳細
お客様の購入心理と 自分の販売スタイル分析 【自己分析】	○お客様がどんな時に購入しようと思うのかを知る。 ○自分のコミュニケーションタイプを知り、販売スタイルを自己分析する →お客様のタイプに合ったコミュニケーションを取ることで、信頼関係を築くための分析
お客さま対応の基本-1 【ペアワーク実習】	○好感もてる販売マナー （あいさつ、立居振舞、商品の受け渡し方 など 店舗調査で気になった項目の実習） ○信頼感を醸成する接客用語
お客さま対応の基本-2 【ペアワーク実習】	○安心を醸成する「聴き方」 ○信頼感を醸成する「話し方」
<販売対象商品に関する 商品説明> *主催者様より	○製品特性の説明をお客様のコミュニケーションタイプに合わせて、すぐ活用できるようなフレーズを使って説明いただく。 *事前に講師とのフレーズの打ち合わせ
お客様に「ピタッ」とくる 提案方法	○お客様ニーズを引出す「質問の仕方」 ○ニーズに合わせた「提案の仕方」
模擬販売実習 【グループでのロールプレイング・発表・講評】	○販売対象商品を題材にしたロールプレイング
研修のまとめ	○講師からの全体講評と今後の課題について
振り返りと実践計画書の 作成	○自身の振り返りと今後、学んだことを習慣化するために半年後までの実践計画を作成。

■研修結果・その後（主催者様・受講者様からのコメント）

- ・自社社員ではなく、販売協力店の販売員向けの研修ということで、研修後のフォローがしにくい部分があったが、実際に店舗を視察していただいた上での内容だったので、受講いただいた方にも響き、かなりの確率で実践をいただけた。結果、売り上げも前年よりも伸びた。
- ・販売商品についても、先生及び講演依頼.comの担当者が勉強し理解を十分してもらえていたので、かなり店舗での販売実態に近いロールプレイングを行うことができたのが、このプログラムの一番大きな成果だった。

研修導入事例②

よりお客様にワクワクしてもらえる販売会をつくる！

【コンサルティング】マンションインテリア販売会社様

■主旨・目的

マンションを購入いただいたお客様へオプションとして家具やタイルコーティングなどを展示会のようなスタイルで販売会として行っているが、売り上げが思わしくない、もっとお客様目線の販売会を行いたい。

■課題

販売会での売上向上のために、協力会社の販売員向けにマナーや販売スキル向上の研修を複数回行ったが、自社社員ではないため研修後のフォローアップが十分にできず、大きく売り上げに影響を及ぼすことができなかった。そこで、販売会そのものの仕組みやあり方を考え直すことで、お客様の購入意欲を高め、他社との差別化を図り、価格ではなく対面販売の付加価値で購入をいただけるようにしたい。

講演依頼.comからのご提案プログラム

- 1 新しい生活が始まるという“ワクワク感”を販売会場で演出する
- 2 自社の実現したい販売会の理想像を考え、そこから具体的方法を逆算
- 3 協力会社を巻き込む→一緒につくっているという一体感の醸成

■担当講師



齋藤孝太(株式会社SIS 代表取締役)

1973年東京都北区田端で生まれる。

日本大学法学部法律学科を卒業後、広告代理店入社。

企画営業として勤務し、主に大手マンションデベロッパーの販売促進を担当。

その後、企画会社入社。マーケティングプランナーとして勤務し、主に大手化粧品メーカー・大手石油会社などのマーケティング計画策定から現場マニュアル作成に携わり、大手企業のマーケティングノウハウに精通する。

さらに、日本で最大規模の顧客マーケティングの成功事例を持つ株式会社企画塾に転職。多くの売上アップ成功事例に携り、販売現場のマーケティングノウハウにも精通。

その経験を生かし、2004年8月独立。

店舗系ビジネス(専門店・SC・総合小売・サービス業等)において、お客様との関係を深めて売上拡大を目指す企業を対象に、お客様育成/CRMを現場で導入し、店舗に根付かせる店長向けの教育・研修を実施。

現場が自ら動く状況をつくることで、経営層(本部)・現場(店舗)・お客様の三者が良い方向に進む唯一の道だとする信念が評価され、独立後の研修の受講数は延べ7200人を超える。

年間で研修を100日以上実施している。

■主な講演テーマ

「いまこの時代に、売上を毎年5%アップする気持ちスイッチ」

「ソーシャル時代のリアルなお客様育成、5つの実践ポイント」

「店長が今の時代のスタッフとチームワークを組んで、売り上げを上げるポイント」

「変わっていくお客様に合わせて、変わり続けるために必要な3つの考え方」

研修導入事例②

■実施プログラム

(1) 現場視察調査

実際にコンサルティングを行う講師に、現状の販売会に足を運んでいただき、現状のシステムと状況、課題について把握・調査。

(2) コンサルティング実施

＜コンサルティング詳細＞

今回のコンサルティングでは、講師から模範解答を与えるというよりも、販売会運営に関わる主催の社員理想の販売会像を設定し、その理想に近づけるためにはどうしたらよいかということを、主催と一緒に考えるというスタイルをとることに決定。そのため、具体的なアクションプランとしては、3回×5時間のディスカッションを重ねる形式にて実施。

内容	詳細
(1) 理想の販売会ビジョンを描く	○主催社員の皆様とディスカッションをしながら、顧客目線での理想の販売会のビジョンを描きだす。 【事前課題】 ・「超お客様目線」で、自社の販売会を考え、どんな販売会だったら、満足できるか、どんなサービスがあったら購入するかを書き出す。 ・協力会社との関わり方について、自身の理想を書き出す。
(2) 理想の販売会への改善ポイントの抽出と具体的方法の決定	○自社の目指す理想の販売会像としてまとめたビジョン(1回目)へ具体的にどの点を改善するのかを決定し、その方法論をディスカッションする。 ○一緒に販売会を実施する協力会社との関係性強化やどうやって巻き込んでいくかを考える。 【事前課題】 ・改善すべきと考えるポイントについての改善案を書き出す。 ・協力会社との関係性を良好かつ強化するための方法を書き出す。
(3) 協力会社と合同での改善アクション決定	○販売会をもっとより良くするためのアイデア出し ○理想の販売会イメージとお客様への想いの共有 【事前課題】 ・自分たちの考える改善ポイント案を協力会社とディスカッションするベースになるよう、発表資料としてまとめる。

■研修結果・その後(主催者様・受講者様からのコメント)

- ・協力会社を巻き込み、一緒に考えるという切り口の提案が非常に新鮮でもあり、効果的だと考えて依頼した。
- ・理想のビジョンを個々に書き出すことで、目指すものが明確になったのは、非常に有意義な機会になった。
また社員の理想像が大きく異なったものでなかったことも、当社としての自信となった。
- ・今回の一番大きな収穫は、販売会をよりよいものにしていくための方法論をご教示いただいたこと。
今後につながるようなご提案と内容を実施頂いたことは、非常に有難かった。

研修導入事例③

視野を広げ主体性を持って行動できる社員へ

【研修】大手電鉄会社様

■主旨・目的

電車の運転手及び車掌として勤務されている社員様を対象に、主体性を持って自ら動くマインドを持つための考え方と行動のヒントを学ばせたい。

■課題

安全と正確さを求められる電車の運転手と車掌という業務は、きちんとできて当たり前であり、褒められることが少ない。そのためにモチベーションが上がらず、自分から何かをしようという気持ちになりにくい。

しかし、現場を支える社員ひとりひとりが、日々の業務の中で気づきを持ち、自ら動ける力をつけることが、今後の企業の発展になると考えるため、「気づく力」と「自発力」を身につけ、自己発動型社員へ変革させる。

講演依頼.comからのご提案プログラム

- 1 ひとつの事柄を様々な角度から見る“ものの見方”（着眼点）を身につける
- 2 「主体性」について考え、日々の業務での実践を考える
- 3 アクティビティを取り入れて、体感→実感→理解につなげる

■担当講師



川村透（組織活性化コンサルタント/川村透事務所 代表）

1989年 上智大学経済学部卒。

卒業後、外資系システムコンサルティング会社にて、業務改革システム導入に携わる。

その後、海外視察企画会社を経て、2000年川村透事務所を設立。

現在は、「ものの見方」を切り口に、社員自らの自立と問題解決力を育てる企業を支援するコンサルティング、組織活性化やチームビルディング、問題解決力などのテーマでの企業研修、講演、執筆活動など多方面にて活躍中。

また特に講演では、「ものの見方を変える」という視点の転換を切り口に、モチベーションアップ、チームビルディング、リーダーシップ、コミュニケーション、問題解決など様々なテーマで講演、研修を多く行い、自身の体験と多くの研修・講演実績に基づいた事例と、ワークやクイズを取り入れた参加型のスタイルが好評。要望や課題に合わせて柔軟に対応し、企業ごとにワークの課題をカスタマイズする研修は、実践後に結果が出ると評価が高い。また組織のしくみを内部から変革する組織活性化コンサルティングも好評。

■主な講演テーマ

「モチベーションが10倍上がる、視点の見つけ方」

「自分を変える5つのヒント」

「組織が活性化する社内コミュニケーション」

「結果を出すためのチームマネジメント術」

「ベストチームをつくる7つのヒント ～7時間で学ぶチームビルディング～」

研修導入事例③

■実施プログラム

(1) 研修 × 7回

対象者を30名ずつ7階に分けて、少人数制で研修を実施。

研修のプログラムをアクティビティを入れる双方向性のものにすることで、研修中から「主体性」を引出すことを目的にしたため、少人数クラスで複数回に分けて実施。

内容	詳細
(1)「着眼点」を鍛える —ものの見方を変える 着眼 仮説 行動 ＜グループディスカッション＞	○オリエンテーション 【主体性チェックリスト】 ○自己発動型社員とは—自発性について ○着眼点～ものの見方を変える ・ものの見方とは ・見方次第で意味が変わるという原則を身につける ○ものの見方のしくみ ○見方による問題解決スパイラル 【個人ワーク】 ○観点を変える—寒天の種類
(2)主体性を養うための 「仮説力」を身につける 着眼 仮説 行動 ＜グループディスカッション＞	○「仮説力」(見方の適用)とは？ ○事例研究 →実際の事例を上げ、 ・なぜその発想を思いついたのか ・なぜ変わることができたのか をグループにてディスカッション
(3)主体性を「行動力」に 変える 着眼 仮説 行動 ＜グループディスカッション＞ ＜アクティビティ＞	○グループディスカッション ・主体性とは何か。 ・自分に何があったら主体的に動けるのか。 ○アクティビティ—“キャッチ！” ボールを使ったアクティビティを通じて、主体性に必要なものやチーム(組織)の中で、どうすれば主体性を持って動けるかという要素について、気づきと考察を行う。 ○自己変革ノートの記入 ○主体性を身につける5つのヒント ○まとめ・講評

■研修結果・その後(主催者様・受講者様からのコメント)

・グループワークに体を動かすアクティビティなど、自身が参加することの多いプログラムだったので、一日があっという間だった。しかし、じっくり考える時間もあったので、実際に職場でどうしていくべきかという行動も考えることができたので、実りの多い研修だった。

・「人事部からやらされている」という感じがなく、本当に自己発動型になることがいいんだと納得できる内容だった。実際に、社内アナウンスを自分で工夫するという行動にもつながられ、周りからの評価も高まりました。



ビジネスを
強くする **研修**

ご相談・お問合せ

講演依頼.com 株式会社ペルソン 研修事業部

TEL 03-6434-9192 (お問合せ時間:10:00~18:00 土日祝除く)

FAX 03-3478-0272

メールお問合せ s-kenshu@kouenirai.com