

2011年度

リテールサポート研修 中級のご案内

一般社団法人日本卸売協会は、本年度の事業活動として、株式会社全国商店街支援センターの委託により、卸売事業者・小売事業者を対象とした人材育成事業を実施しております。事業の一環として、2011年10月より、卸売業の支援機能向上による取引先小売店の繁栄と、卸売業の事業成長を目的とする「リテールサポート研修(中級)」を、全国の会場で実施致します。

つきましては、研修の実施にあたりまして、皆様のご参加を賜りたくお願い申し上げます。

(株)全国商店街支援センターは、中小企業関係4団体(全国商工会連合会、日本商工会議所、全国中小企業団体中央会、全国商店街振興組合連合会)が地域商業の抱える諸問題を解決するために共同設立した会社です。人材育成事業や専門家による商店街支援事業などにより、商店街活性化をサポートします。

〒104-0043 東京都中央区湊1-6-11八丁堀エスワンビル4階 TEL.03-6228-3061 FAX.03-6228-3062

卸の営業力を上げる!
小売店の魅力を上げる!

リテールサポート研修 中級

研修を通じてこんな力が身につきます!

- ✓ 営業力向上のための、リテールサポートの専門的知識を習得します。
- ✓ 小売業が抱える問題・課題がわかる力を高めます。
- ✓ お得意先の問題・課題に対して支援ができる営業マンを育成します。

実施概要

主な対象業種	・食品、日用品・家庭用品、繊維・アパレル等の消費財業種
主な受講対象者	・卸売業で、営業職及び営業に関係する部門に従事している方。 ・メーカーで、卸売機能、リテールサポート機能に関連する部門に従事している方。 ・小売店の店主、店長、売場責任者等の販売・企画管理部門に従事している方。
受講要件	・リテールサポート研修(初級)と同等の知識を有すること。
研修内容	1. 経営課題の分析力向上 2. 財務課題の分析力向上 3. マーチャンダイジング施策立案力の強化 4. 商談・提案実行力の強化 5. ストア・コンパリゾン演習
受講料	・3,000円/1名

夜間開催のご案内

全国の商工会議所様、商店街組合様向けに、ご要望に応じて夜間開催のご要望も受け付けております。本研修のカリキュラムを数回に分けて開催させていただきます。

開催をご希望の会議所様、組合様は事務局までお問い合わせ下さい。開催日程、開催時間帯、会場等についてご相談させていただきます。

なお、研修開催の最少人数は10名以上とさせていただきます。受講料は昼間の開催と変わりません。


一般社団法人 日本卸売協会 概要


名称	一般社団法人 日本卸売協会	所在	東京都品川区西五反田7-23-1第3TOCビル
代表者	会長/尾池 良行 理事長/宮下 正房	TEL	03-3779-1805 FAX:03-3779-1806
設立	平成21年6月10日(一般社団法人登記届け出日) 任意団体設立は平成8年6月7日	e-mail	info@jwa-net.or.jp
		URL	http://www.jwa-net.or.jp/



研修のご案内

2011年10月より
開催いたします

主催  株式会社 全国商店街支援センター

事務局  一般社団法人 日本卸売協会

お問い合わせ先：一般社団法人 日本卸売協会「リテールサポート研修」事務局
TEL：03-3779-1805 FAX：03-3779-1806 e-mail：info@jwa-net.or.jp



リテールサポート研修 研修のねらい

卸売業・小売業を取り巻く環境は近年大きく変化しており、より一層の支援機能強化が求められています。

本研修は、営業担当者のリテールサポート（小売店に対する支援活動）能力の開発、向上によって、卸売業の機能強化と、事業成長を促すことをねらいとしています。

また、それによって得意先小売店の魅力を高め、地域商業の活性化を促すことを目標としています。

研修日程 会場

研修日程、会場は開催される都道府県によって異なります。
詳細については事務局までお問い合わせ下さい。

修了認定の 方法

- 総括レポートの作成・提出
研修当日の最後に、学習した内容の要点をまとめたレポートを作成し提出していただきます。
- 実践レポートの作成・提出
研修受講後に、学習した内容を実務において実践した事例をレポートにまとめ提出していただきます。
- 全課程への出席

リテールサポート研修 中級カリキュラム

昼間開催コース

1 日 目

9:00-9:30 オリエンテーション

9:30-11:00

講義1 経営課題の分析力向上

優れた提案を行うためには、得意先小売業がおかれた環境と、小売業自身の強み、弱みを知ることが重要です。この講義ではケース演習を通じて、これら进行分析するための手法であるSWOT分析について学習します。

内容構成

1. 経営課題分析の目的とポイント
2. 経営環境のSWOT分析
3. ケーススタディ

11:15-14:15

講義2 財務課題の分析力向上

得意先小売業の数値目標を意識した効果的な提案を行うためには、財務・経営数値を把握することが重要です。この講義では代表的な経営指標を用いて、財務課題の分析力を身につけます。

内容構成

1. 財務課題分析の目的とポイント
2. 損益計算書と貸借対照表の構造
3. 経営指標による財務課題の分析
4. 事例紹介:決算短信を読む
5. ケーススタディ

14:30-16:45

講義3 マーチャンダイジング施策立案力の強化

商品やサービスをお客様のニーズに合うような方法で提供するための計画・実行・管理のことをマーチャンダイジングといいます。営業担当者にとって、得意先に対するマーチャンダイジングの改善提案は重要なリテールサポートのひとつです。この講義では顧客視点での施策立案の考え方と、客観的な評価手法について学習します。

内容構成

1. 商品構成・品揃えの改善
2. 売場づくりの改善
3. 販売促進の改善
4. ビジュアル・マーチャンダイジング

2 日 目

9:00-10:30

講義4 商談・提案実行力の強化

実際に提案を行う際には、得意先だけではなく競合店の情報もおさえておく必要があります。この講義ではストア・コンパリゾン(競合店調査)の手法と、商談を効果的に進めるためのポイントについて学習します。

内容構成

1. ストア・コンパリゾンの手法
2. 商談の進め方

10:45-15:30

講義5 ストア・コンパリゾン演習

ストア・コンパリゾン(競合店調査)の実習を行います。実際の店舗における実習を通じて、必要な情報を店頭から見つけ出し、レポートにとりまとめる力を身につけます。

内容構成

1. 業種別実施店舗の考え方
2. 調査項目
3. 調査フォーマット例
4. 実施時の注意点

15:45-16:45 総括レポートの作成

※適宜休憩をとります